

Die invloed van die Universiteit Stellenbosch se jaarboeke op die beeld van die Universiteit

Chantelle Gous

Desember 2011



Tesis ingedien ter gedeeltelike voldoening aan die
vereistes vir die graad MPhil in Dokumentanalise en
-ontwerp

Universiteit Stellenbosch

Studieleier: Prof LG de Stadler

Verklaring:

Deur hierdie tesis elektronies in te lewer, verklaar ek dat die geheel van die werk hierin vervat, my eie, oorspronklike werk is, dat ek die outeursregeienaar daarvan is (behalwe tot die mate uitdruklik anders aangedui) en dat ek dit nie vantevore, in die geheel of gedeeltelik, ter verkryging van enige kwalifikasie aangebied het nie.

.....

Handtekening

10 Januarie 2011

Datum

Inhoudsopgawe

Bedankings	ix
Opsomming	x
Summary	xiii
Hoofstuk 1: Inleiding	1
1.1 Agtergrond	1
1.2 Posisiebepaling van die studie	4
1.3 Probleemvrae	7
1.3.1 Agtergrond	8
1.3.2 Rasionaal	9
1.4 Teoretiese raamwerk	11
1.5 Oorsig oor die studie	12
Hoofstuk 2: Teoretiese model	13
2.1 Die IFP-model	13
2.2 Institusionele kultuur	16
2.3 Institusionele identiteit	17
2.4 Institusionele beeld	21
2.4.1 Die gewenste beeld.....	24
2.4.2 Die werklike beeld	24
2.5 Die verhouding tussen kultuur, identiteit en beeld	24
2.6 Inligting	25
2.6.1 Fisiese toegang, evaluering en aanvaarding	26
2.6.2 Kognitiewe toegang, evaluering en aanvaarding	26
2.6.3 Emosionele toegang, evaluering en aanvaarding	27
2.7 Die kompleksiteit van die boodskap in 'n dokument.....	28

2.7.1 Vier deelboodskappe in een.....	28
2.7.1.1 Referensiële boodskap	29
2.7.1.2 Appellerende boodskap	29
2.7.1.3 Ekspressiewe boodskap	30
2.7.1.4 Relasionele boodskap	30
2.8 Die rol van gebruikersvriendelikheid	32
2.8.1 Uiterlike Stuktuur	34
2.8.2 Inligtingsverspreiding	34
2.8.3 Aanspreekvorme	35
2.8.4 Formaliteit	36
2.9 Samevatting	37
Hoofstuk 3: Metodologie	38
3.1 Inleiding	38
3.2 Tekskeuse en metodologie	38
3.2.1 Metodologie	38
3.3 Tekskeuse en -analise	40
3.3.1 Teks A	40
3.3.2 Teks B	41
3.4 Respondente	42
3.4.1 Profiel van die respondente	42
3.4.2 Werwing van die respondente	43
3.5 Motivering van vrae	43
3.5.1 Die vraelys	43
3.5.1.1 Algemene Vrae	45
3.5.1.1.1 Vraag 1-5: Die algemene beeld van die US	45
3.5.1.2 Vrae oor die betrokke teks(te)	47
3.5.1.2.1 Houdings van respondente teenoor die Teks A	47
3.5.1.2.2 Gemotiveerde-keuse-vrae	52
3.5.1.2.3 Eerste indrukke en uiterlike struktuur van die teks	55

3.5.1.2.4 Gemotiveerde-keuse-vrae – uitleg	57
3.5.1.2.5 Taakmatige vrae	59
3.5.2 Pre-toets	60
3.5.3 Prosedure van data-insameling	61
3.6 Samevatting	62
Hoofstuk 4: FunksioneleTeksanalise	63
4.1 Inleiding	63
4.2 Posisionering van die Jaarboek as tekstipe.....	64
4.2.1 Doelwitte van die Jaarboek	65
4.2.2 Teikengroep of doelgroep	67
4.3 Inhoud	71
4.3.1 Die vier deelboodskappe	72
4.3.1.1 Relasionele boodskap	72
4.3.1.2 Ekspressiewe boodskap	74
4.3.1.3 Referensiële boodskap	75
4.3.1.4 Appellerende boodskap	76
4.4 Uiterlike struktuur	76
4.5 Styl	81
4.5.1 Formaliteit vs menslikheid	81
4.5.2 Persona en menslikheid.....	83
4.5.3 Lewendigheid	84
4.6 Grafiese en tipografiese ontwerp	85
4.7 Bespreking van Teks A	89
4.7.1 Analise van Teks A	89
4.7.1.1. Uiterlike Struktuur: Kantlyne, Opskrifte en Paragrawe	89
4.7.1.1.1 Opskrifte	90
4.7.1.1.2 Kantlyne	91
4.7.1.1.3 Paragrawe	92
4.7.1.2 Aanspreekvorme	93

4.7.1.2.1 Verwysing na die skrywer – eksklusiewe <i>ons</i>	93
4.7.1.2.2 Verwysing na die leser – indirekte en afwesigheid van aanspreekvorme	94
4.7.1.3 Formaliteit	95
4.7.1.3.1 Moeilike woorde en frases	95
4.7.1.3.2 Passief- en aktiefkonstruksies	96
4.7.1.4 Inligtingsverspreiding	97
4.8 Bespreking van Teks B	98
4.8.1 Fisiese toegang	99
4.8.2 Kognitiewe toegang	100
4.8.3 Affektiewe toegang	101
4.9 Samevatting	101
Hoofstuk 5: Onderzoekresultate	103
5.1 Inleiding	103
5.2 Demografiese gegewens van die respondente	103
5.3 <i>Alle</i> respondente se antwoorde op die vrae	106
5.3.1 Die algemene beeld van die US	106
5.3.2 Styl	115
5.3.2.1 Kognitiewe toegang	115
5.3.2.2 Ekspressiewe boodskap	117
5.3.2.3 Relasionele boodskap	119
5.3.2.4 Aanspreekvorme	121
5.3.2.4.1 Verwysing na die leser	121
5.3.2.4.2 Verwysing na die skrywer	123
5.3.2.5 Formaliteit	125
5.3.2.6 Voorskrifte	128
5.3.3 Uiterlike struktuur	129
5.3.3.1 Eerste indrukke van die teks	130
5.3.3.2 Kantlyne	136
5.3.3.3 Opskrifte	138

5.3.3.4 Paragrafe	139
5.3.4 Inligtingsverspreiding	141
5.3.5 Gebruikersvriendelikheid	143
5.3.6 Invloed van Teks A op beeld van respondent	148
5.4 Antwoorde op die vrae: Manlike en vroulike respondente se evaluering van Teks A en B	151
5.4.1 Algemene beeld van die US	151
5.4.2 Styl	152
5.4.2.1 Kognitiewe toegang	152
5.4.2.2 Ekspresiewe boodskap	153
5.4.2.3 Relasionele boodskap	154
5.4.2.4 Aanspreekvorme	154
5.4.2.4.1 Verwysing na die leser	154
5.4.2.4.2 Verwysing na die skrywer	156
5.4.2.5 Formaliteit	158
5.4.2.6 Voorskrifte	159
5.4.3 Uiterlike struktuur	161
5.4.3.1 Eerste indrukke	161
5.4.3.2 Kantlyne	163
5.4.3.3 Opskrifte	163
5.4.3.4 Paragrafe	164
5.4.4 Inligtingsverspreiding	165
5.4.5 Gebruikersvriendelikheid	167
5.4.6 Invloed van Teks A op beeld van manlike en vroulike respondente	168
5.5 Antwoorde op die vrae: Blanke en bruin respondente se evaluering van Teks A en B	168
5.5.1 Algemene beeld van die US	168
5.5.2 Styl	169
5.5.2.1 Kognitiewe toegang	169

5.5.2.2 Ekspressiewe boodskap	170
5.5.2.3 Relasionele boodskap	171
5.5.2.4 Aanspreekvorme	172
5.5.2.4.1 Verwysing na die leser	172
5.5.2.4.2 Verwysing na die skrywer	173
5.5.2.5 Formaliteit	175
5.5.2.6 Voorskrifte	176
5.5.3 Uiterlike struktuur	177
5.5.3.1 Eerste indrukke	177
5.5.3.2 Kantlyne	179
5.5.3.3 Opskrifte	180
5.5.3.4 Paragrafe	180
5.5.4 Inligtingsverspreiding	181
5.5.5 Gebruikersvriendelikheid	183
5.5.6 Invloed van Teks A op beeld van blanke en bruin respondente	184
5.6 Samevatting	185
Hoofstuk 6: Bespreking	186
6.1 Inleiding	186
6.2 Houdings oor die algemene beeld van die US	186
6.3 Houdings oor styl	188
6.3.1 Kognitiewe toegang	188
6.3.2 Ekspressiewe boodskap	190
6.3.3 Relasionele boodskap	192
6.3.4 Aanspreekvorme en verwysing na die instansie.....	194
6.3.4.1 Verwysing na die leser	195
6.3.4.2 Verwysing na die skrywer of instansie.....	197
6.3.5 Formaliteit	199
6.3.6 Voorskrifte	201
6.4 Houdings teenoor die uiterlike struktuur	203

6.4.1 Eerste indrukke	204
6.4.2 Opskrifte	206
6.4.3 Kantlyne	207
6.4.4 Paragrafe	208
6.5 Houdings teenoor inligtingsverspreiding	209
6.6 Houdings teenoor gebruikersvriendelikheid	211
6.7 Houdings teenoor Teks A	213
6.8 Samevatting	214
Hoofstuk 7: Gevolgtrekking.....	216
7.1 Inleiding	216
7.2 Probleme met die studie	216
7.3 Evaluering van die metodologie	217
7.4 Probleemvrae	218
7.5 IFP-model	220
7.6 Verdere navorsingsgeleenthede	221
7.7 Samevatting	222
Bibliografie	222
Bylaes	226

Bedankings

- Eerstens aan my ouers vir die nodige finansiële en morele ondersteuning asook geduld met my deur die twee jaar om my kursus en my tesis suksesvol te voltooi.
- Dankie aan prof Leon de Stadler wat my altyd bygestaan het met goeie konkrete advies en leiding en na elke afspraak moed ingespraak het om met nuwe drif weer te begin werk.
- Dankie ook vir prof Martin Kidd by die Statistiese Eenheid wat my uitgehelp het met die statistiese resultate waarvan ek nie kop of stert sou kon uitmaak sonder die nodige hulp nie.
- Spesiale dank aan Marguerite van der Walt vir al die leiding, boeke, artikels, e-posse en simpatie deur die verloop van my tesis. Dit word baie waardeer en ek is baie bly ek het jou met 'n ompad ontmoet.
- Aan vorige Mphil-studente soos Philip du Plessis en Wilmarie Hagan wat ook navorsing op die gebied gedoen het en wie se tesse my gehelp het met my eie navorsing, 'n spesiale dankie.
- Dan aan my vriende en my suster wat gereeld ge-sms het hoe dit met die tesis gaan en my bly moed inpraat het, wil ek ook baie dankie sê.
- Aan my respondente in Hoërskool Paarl Gimnasium en Hoërskool Luckhoff onderskeidelik, ook 'n groot dankie vir die uithelp met die moeilike vraelyste. Ook spesiale dank aan die hoofde en onderwysers vir die nodige toestemming asook die moeite en tyd wat julle afgestaan het om my uit te help met my navorsing.

Opsomming

In hierdie studie word daar gefokus op die jaarboeke van die Universiteit Stellenbosch met spesifieke verwysing na die *gebruikersvriendelikheid* daarvan. Die navorser het gefokus op die Algemene Jaarboek en 'n uittreksel uit die Jaarboek Lettere en Wysbegeerte van die Universiteit Stellenbosch. Die doelwitte van hierdie studie is om te bepaal wat is (a) voornemende studente se huidige beeld van die Universiteit Stellenbosch, (b) of die US-jaarboeke enige invloed het op die beeldvormingsproses (van die US) van hierdie voornemende studente en (c) indien wel, wat is die uitwerking van die jaarboeke op die beeldvormingsprosesse en hoe kan dit verbeter word?

Daar is vyf belangrike faktore waaraan die gebruikersvriendelikheid van 'n teks gemeet kan word. Hierdie faktore verwys na die fisiese toegang tot die dokument, die uiterlike struktuur, die ergonomie van die dokument, die skryfstyl en laastens die kognitiewe toegang (verstaanbaarheid) van die teks. Die faktore hou sterk verband met mekaar, maar vir die doeleindes van hierdie studie het die navorser haar studie beperk tot slegs die faktore wat die gebruikersvriendelikheid van die teks beïnvloed, sowel as die faktore wat 'n invloed het op die beeldvormingswaarde van 'n teks.

Die navorser het vier stilistiese aspekte gekies wat met die gebruikersvriendelikheid van 'n dokument verband hou. Hierdie vier aspekte verwys eerstens na die uiterlike struktuur van 'n teks met spesifieke verwysing na die kantlyne, opskrifte en paragrawe van die betrokke dokument. Die tweede aspek verwys na die inligtingsverspreiding van die dokument en dit behels die organiserings- en voorstelling van inligting in die betrokke dokument. Die derde aspek verwys na die aanspreekvorme in die dokument met spesiale fokus op die aanspreekvorme wat verwys na die leser asook dié wat verwys na die skrywer. Laastens, word die stylaspek formaliteit ook in hierdie studie bespreek deur te fokus op moeilike woorde en frases asook passief- en aktiefkonstruksies in die dokument.

Die aspek gebruikersvriendelikheid word in geheel getoets deur die respondente bloot te stel aan 'n tipe begripstoets en sodoende te bepaal of die dokument gebruikersvriendelik is vir voornemende studente.

Die navorser se hipotese in die studie was dat die jaarboeke van die US nie so gebruikersvriendelik is nie en dat dit 'n negatiewe impak kan hê op die beeld wat die voornemende student van die US vorm. Deur hierdie persepsie te kon vasstel onder voornemende studente, kon die navorser uit die resultate 'n werkbare oplossing kry om die beeld wat die dokumentasie tans skep te verbeter en ook om die US-jaarboek in sy doel te laat slaag – om 'n toeganklike inligtingsgids te wees wat gebruikersvriendelik is.

Die studie word gegrond op die Geïntegreerde Kommunikasiemodel vir Beeldvorming en -projeksie (*Integrated Model for Formation and Projection*, kortweg die IFP-model genoem). Hierdie model beweer dat verskillende deelboodskappe in 'n dokument 'n effek het op die beeld van die instansie. Hierdie boodskappe kan egter deur middel van dokumentontwerp-aspekte gemanipuleer word ten einde die beeld van die instansie te bepaal of te verstel.

123 respondente uit twee skole, naamlik Hoërskool Paarl Gimnasium en Hoërskool Luckhoff, het in hierdie studie deelgeneem. Geslag en ras is as onafhanklike veranderlikes in die studie in berekening gebring. Respondente se houdings is getoets met vraelyste as die primêre metodologie. Statistiese metodes is aangewend om die resultate van die vraelyste te verwerk en op grond daarvan is sekere tendense geïdentifiseer.

Die resultate toon dat voornemende studente 'n voorkeur het vir 'n Jaarboek wat meer gebruikersvriendelik is. Soos die hipotese bepaal het, was voornemende studente se houdings teenoor die US baie positief. Na kennismaking met die US Jaarboeke, het hierdie beeld meer neutraal en in sommige gevalle meer negatief geword. Deur die verskillende stylaspekte te toets, kon die navorser ook bepaal dat die respondente 'n meer mensgerigte en gebruikersvriendelike Jaarboek verkies. Die respondente wat aan hierdie studie deelgeneem

het verkies dus 'n Jaarboek wat meer gebruikersvriendelik is en wat sodoende 'n meer positiewe invloed sal hê op die beeld van die Universiteit Stellenbosch.

Summary

In this study the focus is on the yearbooks of the Stellenbosch University with specific reference to the consumer friendliness thereof. The researcher focused on the General Yearbook as well as an extract from the Humanities Yearbook of the Stellenbosch University. The goals of this study is to firstly determine (a) what is the present image that prospective students have of the Stellenbosch University, (b) if the SU Yearbooks have any impact on the image formation of these prospective students and (c) if so, what is the exact impact of the yearbooks on the image formation process of these students and how can it be improved.

There are five important factors that measure the consumer friendliness of a document. These factors refer to the physical access to a document, the external structure, the ergonomics of a document, the style of writing and the cognitive access (understanding) of the text. These factors are closely tied to each other, but for the sake of this study, the researcher decided to focus only on the factors that directly influence the consumer friendliness of a document.

The researcher decided on four stylistic aspects that influence the consumer friendliness of a document. These refer, firstly, to the external structure of a document with specific reference to the margins, headings and paragraphs in the chosen document. Secondly, the focus is on the information distribution of the document, i.e. the organisation and representation of information. The third aspect refers to forms of address in the document including both references to the writer as well as to the reader. The last aspect that is researched in this study is the style concept of formality. The researcher primarily focuses on difficult words and phrases in the text as well as the use of passive and active sentence constructions.

The researcher also tests the concept of consumer-friendliness with a usability test based on an extract taken out of the Yearbook of Humanities.

The researcher's hypothesis claims that the yearbooks of the Stellenbosch University are not consumer-friendly and that this can have a negative influence on the image that the prospective student forms of the SU. By determining this perception under the prospective students in the study, the researcher could find a suitable solution from the results to improve the image that the current documentation reflects and also to help the yearbooks of the SU fulfill its purpose which is to serve as an accessible information guide that is consumer-friendly.

The Integrated Model for Formation and Projection, the IFP-model, on which this study is based, determines that different messages in a document can have an effect on the image of an institution. These messages can however be manipulated in order to determine or adjust the image of an institution.

123 respondents from the Paarl Gymnasium High School and Luckhoff High took part in this study. Gender and race were incorporated as independent variables in the study. These respondents' attitudes were measured by means of questionnaires as the primary methodology. Statistical methods were used in order to determine the results from the questionnaires and to identify certain tendencies from the research.

The results show that prospective students show a preference for yearbooks that are more consumer-friendly. As the hypothesis predicted, prospective students have a very positive image of the Stellenbosch University. After the introduction to the yearbooks, these images changed to a more neutral, and even in some cases to a more negative image of the University. By means of testing the different style aspects in this study, the researcher also concluded that the respondents preferred a more people-oriented and consumer-friendly yearbook. The respondents in this study had a definite preference for a yearbook which is more consumer-friendly and that therefore have a more positive influence on the image of the University.

Hoofstuk 1: Inleiding

1.1 Agtergrond

In die informasiegedrewe samelewing waarin ons tans lewe, staan effektiewe kommunikasie sentraal in die kompeterende, suksesvolle funksionering van elke sakeonderneming, organisasie en instelling. Met faktore soos effektiwiteit, kompetisie, tydsbesteding en kostebesparing, kan instansies en besighede nie anders as om klem te lê op die belangrike rol wat kommunikasie speel in die bepaling van hulle sukses. 'n Oneffektiewe dokument kan 'n instansie baie meer skade berokken as bloot die finansiële. Alle dokumentasie reflekteer die beeld van 'n instansie, of dit doelbewus is of nie. Met die oorvloed en kompeterende aard van hedendaagse inligting, is dit van die uiterste belang dat instansies baie aandag aan hierdie aspek sal bestee.

Die Universiteit Stellenbosch (US) is 'n openbare instansie wat ook sterk elemente vertoon van 'n sakeonderneming en moet dus ook die belangrikheid van hulle kommunikasie in ag neem. As 'n diensgeoriënteerde instansie, is dit belangrik vir die US om 'n positiewe beeld na buite uit te straal. Vir universiteite om te oorleef vandag en om suksesvol te wees, is dit noodsaaklik dat hierdie instansies meer koste-effektief word en funksioneer soos 'n besigheid. Die studente van die US dien as't ware as kliënte en hulle behoeftes en belange moet deurentyd gerespekteer word. Met die toename van tegniese, kolleges en privaatinstellings, kompeteer hedendaagse universiteite met hierdie instellings om studente te werf. Die afname in aansoeke aan universiteite maak dit beswaarlik moontlik vir universiteite om soos vroeër jare terug te sit en te wag vir die aansoeke om in te stroom.

Albert en Whetton (1985) in Kazoleas, Yungwook en Moffit (2001:208) redeneer dat universiteite 'n tweeledige identiteit het – 'n normatiewe identiteit en 'n utilitaristiese identiteit. Die normatiewe identiteit verwys na die tradisionele, ideologiese beeld en die

utilitaristiese identiteit verwys na die koste-effektiewe beeld van 'n universiteit. Universiteite moet poog om hierdie tweeledige identiteit in ag te neem in hulle kommunikasie. Later in die studie, gaan die navorser bepaal of die US hierdie tweeledige identiteit wel in ag neem in hulle kommunikasie.

Anders as vroeër jare, is universiteite as tersiêre instellings nie meer die enigste opsie vir studente nie. Hulle kan ook ander instellings selekteer vir verdere opleiding – universiteite moet dus steeds meer kompiteer in 'n steeds moeiliker wordende mark. Nog struikelblokke en stereotipes wat aan universiteite gekoppel word is dat universiteite navorsing hoër ag as onderrig, dat hulle nie met finansies kan werk nie en ook dat hulle nie die publiek genoeg dien nie (Kazoleas et al, 2001). Die positiewe beeld wat mense vroeër van universiteite gehad het, is daarom nie meer 'n gegewe nie en kom steeds meer onder druk. Hedendaagse universiteite staar probleme soos navorsingsbedrog, onderrigkoste, die kwaliteit van voorgraadse kursusse en probleme met kurrikulums in die gesig. Die beeld (of beelde) van universiteite mag dus net die mees waardevolle bate vir die instansie wees en dus moet die universiteit daarop fokus en dit bevorder in hulle kommunikasie. Volgens Kazoleas et al (2001:206) kan hierdie waardevolle bate soos volg gedefinieer word:

“An image is the result of a complex and multifaceted struggle of attributes processed by the individual through messages sent by the organization and through other intentional and unintentional social, historical, personal lived experiences, and material factors.”

'n Doelwit vir korporatiewe kommunikasie moet wees om gunstige verhoudings met die instansie se aandeelhouers en kliënte te vestig. Hierdie gunstige verhouding moet dus die basis vorm waarin die aandeelhouers en kliënte die instansie ondersteun (Cornelissen, 2000). Universiteite as diensgeoriënteerde instansies moet hulle gewenste beeld deur middel van hulle kommunikasie reflekteer. In hulle kommunikasie moet hulle duidelik maak hoe hulle funksioneer as 'n ideologiese instansie sowel as 'n koste-effektiewe instansie wat verantwoordelik is vir hulle belangrikste kliënte, naamlik hulle studente. Hedendaagse universiteite moet hulle vele en gevarieerde doelgroepe identifiseer en verhoudings met hulle

kultiveer deur positiewe kommunikasiekanale. Universiteite kan 'n groot bydrae maak tot die samelewing, bv. met hulle tegnologiese ontwikkeling en kennis in probleemoplossing, ens. As instansies wat in die verlede gekenmerk is as ivoortorings wat net vir die geleerdes gereserveer was, is dit noodsaaklik dat universiteite hierdie stereotipe teengaan. Daarom argumenteer Bok (1990:11) in Kazoleas et al (2001) die volgende in verband met hedendaagse universiteite:

“Advanced training, specialized knowledge, and scientific discovery are now essential to solving many urgent problems facing our civilization – problems of disease and health, of the environment, of economic progress, of human survival... [Universities] are better equipped than any other institution to produce the knowledge needed to arrive at effective solutions and to prepare the highly educated people required to carry them out... [H]igher education cannot turn its back on human needs that require the advanced preparation and research that universities are uniquely able to provide.”

Om effektief hulle gewenste beelde uit te straal in hulle kommunikasie, is dit belangrik vir moderne universiteite om die volgende in ag te neem. Volgens Kazoleas et al. (2001:208) het navorsing oor moderne universiteite bevestig dat die instansie funksioneer as 'n ideologiese instansie, maar ook as 'n instansie wat veelvoudige beelde het in verskillende dele van die instansie. Dit is daarom onmoontlik om slegs een beeld aan 'n universiteit te koppel omdat elke departement, elke dosent of student verskillende beelde het van die universiteit. Hierdie veelvoudige beelde “influence the eventual, received messages in the audience members relating to the university”.

Daar is verskeie faktore wat die beeld van 'n universiteit kan beïnvloed, naas hulle kommunikasie. Geografiese plasing, tipe kursusse/programme, die grootte van die instansie en die tipe (publiek of privaat) universiteit is maar enkele faktore wat die beeld van 'n universiteit beïnvloed. Dit is belangrik om hierdie faktore in ag te neem, maar in hierdie studie gaan daar gefokus word op die belangrikheid van die kommunikasie van 'n universiteit en hoe die dokumentasie van so 'n instelling 'n kritieke rol speel in die beeldvorming en -projeksie van die betrokke instansie.

1.2 Posisiebepaling van die studie

Hierdie ondersoek vind plaas binne 'n groter projek van die US Taalsentrum onder leiding van professor LG De Stadler en is alreeds sedert 2006 onderweg. Vorige studies is al gedoen oor beeldvorming en die impak daarvan op verskillende instansies, o.a. ook binne die US, maar daar is nog geen studies gedoen oor die US-jaarboeke nie. Voorbeelde verwys na De Stadler (L.G), De Stadler (M.B), Du Plessis en Vorster (2009) se studie *Beeld en kommunikasie: 'n verslag aan die Nederduits Gereformeerde Kerk* en Pienaar (2007) se studie *Die institusionele beeld en die impak daarvan op die kommunikasie binne die Universiteit Stellenbosch*. Hagan (2009) se navorsing oor *Die invloed van mensgerigte tekste op institusionele beeld* en Du Plessis (2007) se *Strategiese linguistiese beleefdheid en institusionele beeld* het ook in 'n groot mate bygedra tot die studie.

In Pienaar (2007) se navorsing getiteld *Die institusionele beeld en die impak daarvan op die kommunikasie binne die Universiteit van Stellenbosch* word gefokus op die institusionele beeld van die Universiteit Stellenbosch (US) en die impak wat beide die ware en die gewenste beeld op die geskrewe kommunikasie van die US het. Die invloed wat die institusionele beeld op die ware beeld van die US het, is ook in haar navorsing ondersoek.

Pienaar fokus op die geskrewe kommunikasie vanuit die Registrateursafdeling van die US asook op hulle institusionele tekste. Sy het spesifiek gefokus op 'n brief wat van die US na die voornemende student gestuur word om hom/haar in kennis te stel dat die US sy/haar aansoek om toelating ontvang het. Pienaar het die institusionele beeld van die US getoets deur middel van vraelyste aan toetsgroepe te gee wat verteenwoordigend was van die populasieprofiel van die US. Met hierdie vraelyste wou Pienaar bewys dat die ware beeld (die beeld wat die US uitstraal) verskil van die gewenste beeld (die beeld wat die US graag sal wil uitstraal). Indien daar 'n sterk ooreenkoms is tussen hierdie twee beelde, sal die kommunikasie tussen die Universiteit en sy kliënte (studente) baie meer effektief wees.

Uit die resultate van die vraelyste blyk egter dat die US nie effektief genoeg met die studente kommunikeer nie en dat die US nie bewus is van die verskil tussen die ware beeld en die gewenste beeld van die instansie by hierdie doelgroep nie.

Nog 'n belangrike ondersoek wat in hierdie veld gedoen is, is Du Plessis (2007) se navorsing getiteld *“Strategiese linguistiese beleefdheid en institusionele beeld: 'n ondersoek na die invloed van die beleefdheidsteorie.”* Hy het die gebrek aan en aanwesigheid van linguistiese beleefdheid in vormbriewe van die Universiteit Stellenbosch onder studente getoets. Sy doelwit in hierdie ondersoek was om die volgende twee vrae te beantwoord, naamlik of vormbriewe waarin geen beleefdheidstrategieë voorkom nie 'n negatiewe invloed het op die institusionele beeld, en of studente linguistiese beleefdheid belangrik ag in studentgerigte vormbriewe?

Mans- en vrouestudente is uit twee fakulteite (Lettere en Sosiale Wetenskappe en Natuurwetenskappe) geselekteer as proefpersone. Die studie is natuurlik gebaseer op die klassieke werk oor pragmatiese beleefdheid van Penelope Brown en Stephen C. Levinson. Daar word spesifiek gefokus op twee diepgesetelde aspekte van die mens se persoonlikheid, naamlik positiewe en negatiewe aansien.

In die ondersoek is twee US vormbriewe by senior studente getoets om te bepaal in watter mate die briewe bydra tot aansienverlies: 'n brief sonder enige beleefdheidstrategieë en 'n aangepaste vormbrief met beleefdheidstrategieë. Die data is ingesamel met die hulp van vraelyste met vyftien gepaarde waarnemings.

Du Plessis het bevind dat respondente (die studente) die skrywer (as verteenwoordiger van die US) van die brief waarin beleefdheidstrategieë ontbreek, as disrespekvol teenoor studente ervaar. Die brief is grotendeels verantwoordelik vir ekstreme negatiewe aansienverlies wat daarop dui dat die skrywer te voorskrytelik is, terwyl die variant met beleefdstrategieë juis gunstiger beoordeel is.

Die resultate van Du Plessis se studie bewys dat linguistiese beleefdheid in vormbriewe hoogs waarskynlik die institusionele beeld van 'n instansie sal bevorder.

'n Laaste belangrike ondersoek wat ook tot hierdie studie bygedra het, is dié van Hagan (2009) naamlik *“Die invloed van mensgerigte tekste op institusionele beeld – 'n ondersoek na die invloed van mensgerigtheid op institusionele beeld in vorms”*. Hagan fokus op die belangrike rol wat die stylkonsep “mensgerigtheid” speel ten opsigte van beeldvorming en beeldprojeksie in dokumentasie en sy fokus spesifiek op die Universiteit Stellenbosch (US) se aansoekvorms. Die doelwitte van die navorsing was onder andere die volgende: a) wat studente se huidige beeld van die US is, b) of studente mensgerigtheid as 'n belangrike stylaspek binne kommunikasie beskou en c) of die aanwesigheid of afwesigheid van mensgerigtheid 'n uitwerking op die institusionele beeld van 'n instansie het.

Hagan het die konsep “mensgerigtheid” getoets deur 'n aantal operasionaliseerbare ontwerpaspekte te identifiseer. Die navorser het vyf stilistiese aspekte gekies wat ten diepste met mensgerigtheid verband hou. Hierdie vyf aspekte is aanspreekvorme, verwysings na self, die gebruik van aktief en passiefkonstruksies, die gebruik van beleefdheids- en empatiemarkers en die gebruik van grafika.

Twee-en-dertig respondente is gekies uit die Fakulteit Lettere en Sosiale Wetenskappe. Geslag en ras is as onafhanklike veranderlikes in die studie in berekening gebring. Respondente se houdings is getoets met onderhoudvoering as die primêre metodologie wat aangevul is deur vraelyste wat aangewend is om die onderhoude te fasiliteer.

Uit die navorsing is dit duidelik dat studente 'n voorkeur het vir vorms wat 'n menslike element bevat en 'n afkeer het aan vorms met 'n gebrek aan mensgerigtheid. Stylkenmerke wat dus mensgerigtheid bevorder, sal waarskynlik 'n positiewe uitwerking op die beeld van 'n instansie hê.

In my ondersoek sal hoofsaaklik gefokus word op die beeld wat 'n universiteit, naamlik die Universiteit Stellenbosch (US) uitstraal deur middel van hulle kommunikasie in die vorm van die jaarboeke. Die jaarboeke van die US vorm deel van die instansie se kommunikasie en is belangrik omdat dit die beeld van US uitstraal. My hipotese is dat hierdie beeld nie noodwendig die gewenste beeld is wat die US wil uitstraal nie. Hierdie hipotese word gegrond op talle waarnemings van administratiewe amptenare oor die jare, klagtes wat oor die jaarboeke ontvang is, negatiewe kommentaar op die jaarboeke tydens evaluering van administratiewe afdelings, en die opinies van amptenare soos uitgespreek tydens 'n werkswinkel oor beeldvorming en beeldprojeksie. Tydens die werkswinkel, wat aangebied is in drie verskillende groepe vir 'n totaal van 60 amptenare van die Universiteit, is 'n rykdom van anekdotiese getuigenis aangebied wat die vermoede laat ontstaan dat die jaarboeke problematies is. Die feit bly egter dat daar nog geen behoorlike navorsing gedoen is oor die impak van die jaarboeke op die beeld van die Universiteit nie. Hierdie studie wil daardie leemte vul, o.a. deur 'n behoorlike analise van die ontwerpaspekte wat problematies mag wees en deur 'n lesergerigte ondersoek deur middel waarvan hierdie negatiewe impak getoets kan word.

My doelwit is om die jaarboeke van die US deeglik te evalueer deur op sekere belangrike aspekte van dokumentontwerp en -analise te fokus. Dit is egter nie moontlik om op alle aspekte van die jaarboek te fokus nie omdat dit vanweë beperkings op omvang en tyd nie haalbaar sal wees in die ondersoek nie. Vervolgens gaan die jaarboeke baie deeglik bespreek word en uiteindelik is my doel om op 'n paar van die ontwerpaspekte te fokus in 'n navorsingsprojek en so te bewys dat die huidige jaarboeke die beeld van die US negatief beïnvloed.

1.3 Probleemvrae:

Die studie word berig deur die volgende probleemvrae:

1. Wat is voornemende studente se algemene beeld van die Universiteit Stellenbosch?
2. Het die US-jaarboeke enige invloed op die beeld wat voornemende studente van die US as instansie vorm?
3. Indien wel, wat is die uitwerking van die jaarboeke op die beeldvormingsprosesse en hoe kan dit verbeter word?
4. Hoe gebruikersvriendelik is die US-jaarboek en wat is die voornemende student se ervaring daarvan?
5. Speel geslag en ras 'n rol in die beoordeling van 'n teks waar die beeldprojeksie verander is?
6. Word voornemende studente se houdings ten opsigte van die US-jaarboeke suksesvol deur die metodologieë en die model getoets?
7. Lei verbeterings aan tekste wat negatief beoordeel word tot 'n meer positiewe oordeel oor die tekste en die beeld wat die tekste uitstraal?

1.3.1 Agtergrond

Universiteit Stellenbosch (US), soos ander universiteite, gebruik jaarboeke om vakinligting, sowel as meer algemene inligting oor te dra aan voornemende studente. By die US het elke fakulteit sy eie deel wat as afsonderlike boek (gratis) beskikbaar gestel word. Hierdie jaarboeke is dikwels die eerste kennismaking wat voornemende studente (en hulle ouers) met die US het. Die belangrikheid van hierdie dokumente moet dus glad nie onderskat word nie. Dit is daarom nie net belangrik dat die jaarboeke inhoudelik korrek en volledig is nie, maar ook dat die beeld wat die buitetekstuele gegewens by die gebruiker skep teenwoordigend moet wees van die beeld van die US en wat die student te wagte kan wees.

Die dokumentasie van 'n instansie het 'n definitiewe invloed op die beeld van die instansie. Ek beoog met my studie om die invloed wat die US-jaarboeke op voornemende studente het, te bestudeer om vas te stel watter invloed hierdie jaarboeke het op die voornemende student se

beeldvormingsproses t.o.v. die US. Maar belangriker nog wil die navorser bepaal of die jaarboeke in hulle doel slaag, naamlik om 'n duidelike uiteensetting van die kursus- en vakinhoud te gee (gebruikersvriendelikheid van die dokumente) en die voornemende student te motiveer om hierdie kursus juis by die US te volg en dus 'n goeie beeld van die US te skep.

1.3.2 Rasionaal

Die Universiteit Stellenbosch is een van die oudste en mees gevestigde universiteite in Suid-Afrika met 'n kultuurryke geskiedenis en erfenis. Dit is vir so 'n instansie van die uiterste belang om 'n sterk positiewe beeld na buite en ook binne die instansie uit te stuur. Dit vereis konstante vernuwing en modernisering in alle fasette van die instansie se bestaan, maar veral in die dokumentasie van so 'n instelling.

Die US-Jaarboek dien as 'n inligtingsboek en 'n handleiding vir die voornemende student om 'n keuse te kan maak oor toekomstige studierigtings en -vakke. Hierdie studente, waarvan daar letterlik 'n paar duisend elke jaar met die jaarboeke gekonfronteer word (deur toesending of omdat hulle dit op kampus in ontvangs neem wanneer hulle hulle studie beplan en kom registreer), word dan gekonfronteer met 'n teks wat besonder ontoeganklik is en uiters moeilik geskryf is, met 'n ewe ontoeganklike uitleg. Die veronderstelling is egter juis dat hierdie jaarboek gebruikersvriendelik moet wees en die student deurentyd moet akkommodeer.

Daar is vyf belangrike faktore waaraan die gebruikersvriendelikheid van 'n teks gemeet kan word. Hierdie faktore is die fisiese toegang tot die dokument, die kognitiewe toegang en die begrypbaarheid van die inhoud, die uiterlike struktuur, die styl en die ergonomie van die dokument. Die faktore hou sterk verband met mekaar, maar vir die doeleindes van hierdie studie sal ek my navorsing beperk tot slegs die faktore wat die gebruikersvriendelikheid van die teks beïnvloed, sowel as die faktore wat 'n invloed het op die beeldvormingswaarde van 'n teks.

My hipotese, soos reeds vroeër aangedui, is dat die jaarboeke van die US nie so gebruikersvriendelik is nie en dat dit 'n negatiewe impak kan hê op die beeld wat die voornemende student van die US vorm, soos sal blyk ook uit die analyses wat later volg. Daar bestaan ook die moontlikheid dat die voornemende student moontlik nie al die inligting kan vind wat hy/sy soek nie en dus nie 'n ingeligte keuse kan maak oor toekomstige studies nie en selfs dan die verkeerde kursus kan kies of glad nie by die US kom studeer nie. Sou mens die huidige persepsie kon vasstel onder voornemende studente, sou mens uit die resultate 'n werkbare oplossing kon kry om die beeld wat die dokumentasie tans skep te verbeter en ook om die US-jaarboek in sy doel te laat slaag – om 'n toeganklike inligtingsgids te wees wat gebruikersvriendelik is.

Die studie gaan spesifiek fokus op die volgende aspekte:

- Uiterlike Struktuur
 - Kantlyne
 - Paragrafe
 - Opskrifte
- Inligtingsverspreiding
 - Organisasie en voorstelling van inligting
- Aanspreekvorme
 - Verwysing na die leser
 - Verwysing na die skrywer
- Formaliteit
 - Moeilike woorde en frases
 - Passiefkonstruksies vs aktiefkonstruksies

Na afloop van hierdie studie, hoop ek om te bewys dat die jaarboeke van die US die beeld van die US negatief beïnvloed. Met die terugvoering van buitestaanders van die US (die voornemende studente) hoop ek om te bewys dat die gewenste beeld wat die US wil uitstraal

verskil van die werklike beeld wat individue het van die US. En laastens hoop ek om die jaarboeke te help verbeter om die gebruikersvriendelikheid daarvan te verhoog en sodoende die beeld van die US indirek te verbeter.

1.4 Teoretiese raamwerk

Hierdie studie sal uitgevoer word binne die *Integrated Communication Model for Image Formation and Projection (IFP Model)* of *Geïntegreerde Kommunikasie-model vir Beeldvorming en Projeksie* (De Stadler, ongepubliseerd). Ander bronne oor beeldvorming en die institusionele beeld sal ook geraadpleeg word (kyk Bibliografie). Vorige navorsers, soos reeds genoem hierbo, sal ook gekonsulteer word.

Die IFP model speel 'n belangrike rol in hierdie studie. Kommunikasie van enige instelling, en in hierdie geval die US, vind plaas binne 'n konteks. In so 'n konteks is daar 'n reeks veranderlikes en elemente wat die beeld van 'n instansie kan beïnvloed. Deurentyd sal daar verwys word na hierdie veranderlikes wat kommunikasie beïnvloed. Dit sluit in:

- Die institusionele kultuur van die US – is dit 'n outoritêre, ouderwetse en formele kultuur of 'n moderne, byderwetse kultuur?
- Die ware en die gewenste beeld van die US
- Die houdings aangaande die US – nie net sluit dit die houdings in van voornemende studente nie, maar ook die houdings van werknemers en dosente van die US
- Stereotipes wat mense vorm van 'n universiteit en in hierdie geval die US
- Mense se ervarings met die US, hetsy positief of negatief
- Toegang, evaluering en aanvaarding van inligting wat deur die US uitgestuur word en in hierdie geval verwys dit na die jaarboeke
- Die media – die beeld van die US wat deur die media gereflekteer word
- Die emosies, waardes en kultuur van die voornemende studente van die US

- Laastens, moet die vier belangrike boodskappe van 'n dokument ook in ag geneem word (Steehouder et al, 2006). Dit verwys onder andere na die referensiële, die appellerende, die relasionele en die ekspressiewe boodskappe wat breedvoerig in die tesis bespreek sal word.

Al hierdie veranderlikes beïnvloed mekaar wedersyds in 'n multi-direksionele model.

1.5 Oorsig oor die studie

Hierdie studie word verder in sewe hoofstukke verdeel. Hoofstuk 2 bespreek die teoretiese model (IFP-model) wat die onderliggende basis van die studie vorm. Die verskillende elemente wat verantwoordelik is vir die beeldvorming en -projeksieproses word deeglik verduidelik en uiteengesit in hierdie hoofstuk. In Hoofstuk 3 word die metodologieë wat in hierdie studie gebruik word, verduidelik en gemotiveer. 'n Bespreking van die dokument onder bespreking asook 'n funksionele analise van die spesifieke tekste wat in die studie gebruik word, word in Hoofstuk 4 bespreek. In Hoofstuk 5 word die ondersoekresultate deeglik bespreek, aan die hand van die vrae wat in die studie gebruik is. Hoofstukke 6 en 7 bring die resultate van die vorige hoofstukke tot 'n gevolgtrekking en beantwoord die probleemvrae van die ondersoek.

Hoofstuk 2: Teoretiese model

2.1 Die IFP-model

De Stadler (2006:156) het die volgende te sê oor die belangrikheid van beeldvorming en -projeksie:

“Many organizations, institutions and companies seem to have problems conveying their institutional culture, or their (desired) image in their documentation, quite often portraying themselves in exactly the wrong way, projecting an institutional image that does not match the profile that they actually defined for themselves”.

Beeldvorming en projeksie is nie ‘n nuwe verskynsel nie – dit word al jare lank nagevors in velde soos Bedryfsielkunde en Bemaking. Dokumentontwerp en -analise is egter ‘n disipline wat nie so lank al bestaan nie. Verskeie modelle van Beeldvorming en -projeksie is al in hierdie disipline geïdentifiseer, onder andere die Korporatiewe Beeldvormingproses (*Corporate Image Formation Process*) van Grahame R. Dowling in 1986 en die Korporatiewe Beeld Bestuurproses (*The Corporate Image Management Process*) van Russel Abratt (1989) waarin drie konsepte baie aandag geniet. Hierdie konsepte is die Institusionele Persoonlikheid, die Institusionele Identiteit en die Institusionele Beeld. Dowling se beeldvormingsmodel het ‘n belangrike basis gevorm vir verdere navorsing in hierdie veld. Dowling (1986) het gedemonstreer dat ‘n instansie se institusionele beeld gevorm word deur die instansie se personeel en eksterne groepe van die instansie. Die groepe maak van inligting gebruik om hierdie beeld te vorm. Die inligting kan in drie groepe verdeel word naamlik:

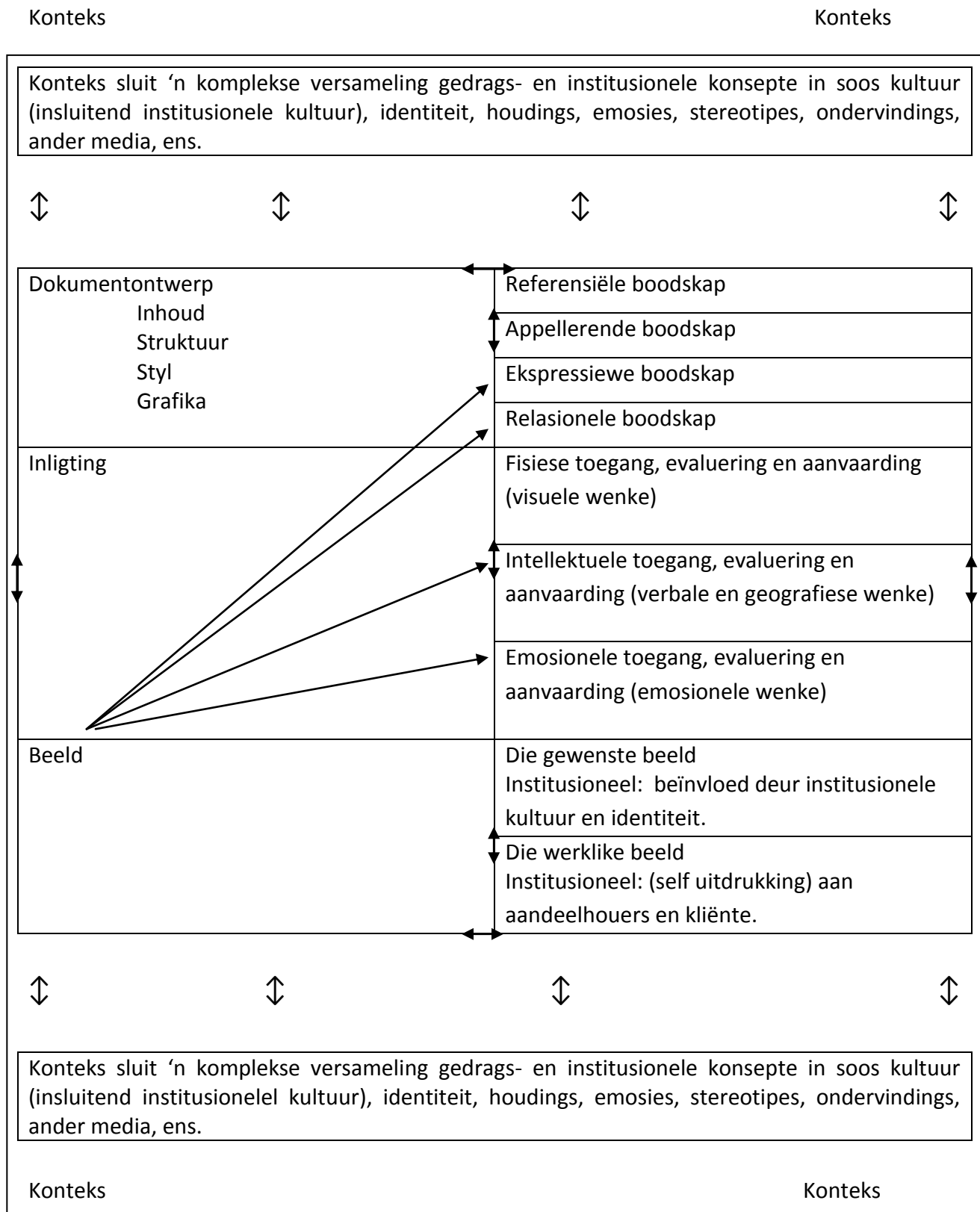
- Persoonlike ondervinding
- Interpersoonlike kommunikasie
- Massamedia kommunikasie

Persoonlike ondervinding en die interpersoonlike kommunikasie van individue binne en buite die instansie verteenwoordig die beeld van die instansie soos gesien deur die groepe. Die massamedia-kommunikasie van 'n instansie verteenwoordig die instansie se persepsie van homself, naamlik die gewenste beeld wat die instansie graag wil uitstraal. Dowling het alreeds in 1986 geargumenteer dat 'n wanverhouding tussen die twee beelde (individue se persepsie van die instansie vs. die instansie se gewenste beeld) 'n teken is dat die instansie se kommunikasie nie suksesvol is nie. Hierdie bevinding is vandag steeds waardevol in die kommunikasie van 'n instansie.

De Stadler het 'n Geïntegreerde Kommunikasie-model vir Beeldvorming en –projeksie (*Model of Image Formation and Projection*; hierna die IFP-model) in 2007 ontwerp. Hierdie model toon aan hoe verskillende aspekte van dokumentontwerp met die proses van beeldvorming en projeksie in verband gebring kan word. Hierdie model gaan uit van die standpunt dat verskillende konsepte 'n multilaterale invloed op mekaar het. Daarom sal mense se idees of beeld van 'n instansie beïnvloed word deur die instansie se identiteit, maar ook sal mense se idees van die identiteit hulle idees en persepsies van die beeld van die instansie beïnvloed. Die kommunikasie van 'n instansie kan dus die beeld van 'n instansie bepaal. Die omgekeerde is ook waar, naamlik dat die beeld wat 'n instansie wil uitstraal ongetwyfeld 'n uitwerking sal hê op die aard van die kommunikasie van die betrokke instansie.

Die IFP-model stel beeldvorming en beeldprojeksie voor as 'n multi-direksionele, interaktiewe en multivlakkige proses waarin verskillende konsepte mekaar deurlopend beïnvloed (Hagan, 2009:6). Om hierdie model te begryp, is dit eerstens belangrik om sommige van die konsepte daarin deeglik te definieer. Die model kan soos volg voorgestel word:

Figuur 2.1: Voorstelling van die IFP-model



2.2 Institusionele kultuur

“Die kultuur van ‘n instansie is gegrond op ‘n sosiale konstruk waarbinne die instansie se identiteit gevorm en waarbinne die beeld van die instansie geformuleer word” (Hagan, 2009:7). Ons kulture, insluitend die subkulture waaraan ons behoort, definieer wie ons is, hoe ons optree, ons waardes en ook hoe ons ander mense evalueer (De Stadler, 2009:4). Ons kulture word die lens waardeur ons kyk na die “snapshots” wat uiteindelik die beelde vorm wat ons het van iets. Net soos die verkeerde lens ‘n beeld verwronge kan laat voorkom, so ook kan ons kulture hierdie effek hê op die beelde wat ons vorm.

Die institusionele kultuur is ‘n relatief stabiele konstruk wat deur die meeste van die lede van die instansie geïntegreer word. Daar is ‘n kollektiewe element verbonde aan institusionele kultuur – ‘n meerderheid mense aanvaar eienaarskap vir die konsep en dit ontwikkel dus in ‘n gevestigde, geïntegreerde en stabiele sosiale konstruk wat nie maklik veranderbaar is nie.

Kultuur is sigbaar in alle aspekte van die instansie se daaglikse bestaan en gedrag. Dit is gegrond in die kollektiewe waardes, gevoelens, gesindhede, tradisies en gebruike van die instansie en die lede van die instansie. Die institusionele kultuur dien as die “gom” wat die instansie bymekaar hou. Hatch en Schultz (1997:356) redeneer dat die kultuur van ‘n instansie beskou moet word as die konteks waarin interpretasies van die institusionele identiteit en die institusionele beeld gevorm word.

Die kultuur van ‘n instansie kan beskryf word aan die hand van sy kulturele dimensies. Kulturele dimensies vorm die grondslag waarop die identiteit en beeld van ‘n instansie bepaal word. Kulturele dimensies sluit dimensies in soos ‘n oop vs. ‘n gedissiplineerde kultuur; ‘n normatiewe vs. ‘n pragmatiese kultuur, ‘n netwerkkultuur vs. ‘n adversatiewe of vyandige kultuur; ‘n kollektiewe kultuur vs. ‘n individuele kultuur, ens. Nog ‘n kulturele dimensie verwys na instansies wat op die verlede (tradisies) ingestel is teenoor kulture wat op die toekoms ingestel is. Kulture wat op die verlede ingestel is, word gedryf deur ‘n fokus op die tradisies en

geskiedenis van hulle bestaan. Instansies wat ingestel is op die verlede verander nie gereeld in terme van hulle waardes, kommunikasie of beleide nie. Intendeel, hulle beskou dit as deel van tradisie om soveel as moontlik van die verlede behoue te laat bly. Die US is 'n goeie voorbeeld van 'n instansie wat op hulle verlede, hulle erfenis en hulle tradisies fokus en dit word gereflekteer in hulle dokumentasie, soos byvoorbeeld die aansoekvorm van die US. Die US se aansoekvorms het 'n skets voorop wat die Ou Hoofgebou voorstel, een van die mees geskeidskundige geboue van die Universiteit. Dit is 'n potloodskets wat al vir etlike jare op die aansoekvorm voorkom en steeds mense voorstel wat dateer uit die vroeër 1900's.

Ook sal instansies wat op die verlede fokus geneig wees om lesers meer formeel in hulle dokumentasie aan te spreek, 'n neiging wat in die hedendaagse tyd baie gewildheid verloor het. Met die invloed van die Internet het alle dokumentasie minder formeel geword. Voorbeelde verwys na webtuistes asook e-posse. Formele taalgebruik maak ook gebruik van moeilike taalgebruik wat opvallend voorkom in die US Jaarboek waarin woorde soos “eksemplaar” (Algemene Jaarboek, p.235), “vakatures” (Algemene Jaarboek, p.194) en “gelykberegting” (Algemene Jaarboek, p. 193) voorkom.

2.3 Institusionele identiteit

Institusionele identiteit is die “collective, commonly-shared understanding of the organization's distinctive values and characteristics” (Hatch & Schultz, 1997:357). In eenvoudiger terme verwys die institusionele identiteit na wat die instansie is vir homself en vir ander buite die instansie. Dit verwys na die eiesoortige karakter en die unieke persoonlikheid van 'n instansie. Van Tonder en Lessing (2003:25) definieer institusionele identiteit soos volg:

“An assembly of physical and behavioural features – by which an audience can recognise and distinguish the company from others, and which can be used to represent or symbolize the company”.

Dit is belangrik om daarop te let dat institusionele identiteit 'n institusionele georiënteerde konstruk is en nie bepaal kan word deur die eksterne of selfs interne teikenmark nie. Die konsep van institusionele identiteit is dikwels kompleks, abstrak en vaag en daarom nie maklik om te definieer nie, dit word eerder waargeneem in die instansie se gedrag, kommunikasie, besluite en werksetiek. Daar is dus (o.a. deur die besluite wat daaroor geneem word) sprake van konstruksie van identiteit en heel dikwels is daar dan ook elemente daarvan wat sigbaar is. Die volgende elemente is kenmerkend van die institusionele identiteit van 'n instansie (Van Tonder & Lessing, 2003:25):

- die maniere hoe 'n instansie homself voorstel
- die ontwerp, naam, logo, kleure, slagspreuke en relevante simbole
- fisiese fasiliteite soos dienste en produkte
- die korporatiewe missie, visie, filosofie en die institusionele kultuur
- die geskiedenis, styl van bestuur, kommunikasiebeleid, tegnologiese kapasiteit en werksetiek
- persoonlikheid, unieke karakter ens. van die instansie

In die geval van die Universiteit Stellenbosch, kan die institusionele identiteit waargeneem word in die logo van die Universiteit. Die slagspreuk van die US is "jou kennisvenoot" en dit sal ook die US onderskei van ander universiteite en kan neerslag vind in veral die gewenste beeld wat die Universiteit sou wou uitstraal. Die lettertipe en -grootte vorm ook deel van die uniekheid van die US se slagspreuk en is dit uitkenbaar bo ander slagspreuke en logo's. Die amptelike kleur van die Maties is meroen en dit vorm deel van die sigbare institusionele identiteit van die US.

Soortgelyk aan die institusionele kultuur, is die institusionele identiteit ook 'n gevestigde en stabiele entiteit wat nie maklik veranderbaar is nie. Dit verg 'n doelbewuste poging om die institusionele identiteit van 'n instansie te verander. Die institusionele identiteit dien as die sentrale platform waarop die kommunikasiebeleid van 'n instansie gebaseer is of behoort te

wees, waarop 'n instansie se reputasie gebou word en ook waarop die institusionele beeld gebaseer word. Die institusionele identiteit is 'n aktiewe en ewoluerende konsep wat gedurig besig is om te vorm en nooit werklik klaar is nie (Balmer, 2008:886).

Balmer (2008:888) assosieer ook die volgende beskrywings met die identiteit van 'n instansie – kompleksiteit (dit is multi-dimensioneel en multi-vlakkig in natuur); variasie (onveranderlik maar ewoluerend in karakter) en heterogeen (dit word ingelig deur multi-dissiplinêre perspektiewe in terme van begrip en bestuur).

Die sigbare element van institusionele identiteit is die meer beperkte perspektief wat maklik identifiseerbaar is. 'n Meer geïntegreerde perspektief fokus op die kommunikasie van 'n instansie as deel van die institusionele identiteit. Daarom sal alle dokumentasie van 'n instansie die institusionele identiteit ook reflekteer. Die gevaar hier is natuurlik dat onbestuurde kommunikasie die identiteit kan verwing en sodoende 'n ongewenste beeld die wêreld instuur. Die laaste paradigma is ook dan die mees geïntegreerde paradigma en dit reflekteer “the way in which an organization’s identity is revealed through behavior, communications, as well as through symbolism to internal and external audiences” (Van Riel & Balmer, 1997:340-341 in De Stadler, 2009:6). Dit is daarom duidelik dat die kommunikasie van 'n instansie 'n belangrike rol speel in die reflektoring van 'n instansie se institusionele identiteit.

Daar moet ook onderskei word tussen die ware identiteit van 'n instansie en die gewenste identiteit van 'n instansie. Die ware identiteit van 'n instansie is die identiteit wat 'n instansie het op 'n spesifieke oomblik in tyd, terwyl die gewenste identiteit verwys na die identiteit waarna die instansie streef in die toekoms (De Stadler, 2009:7), en dit kan weer saamloop met 'n verandering in die dieperliggende institusionele kultuur van die instansie.

In Hoofstuk 1, is daar kortliks verwys na 'n universiteit se tweeledige identiteit naamlik die normatiewe identiteit en die utilitaristiese identiteit. Die normatiewe identiteit verwys na die tradisionele, ideologiese beeld en die utilitaristiese identiteit verwys na die dienslewerende en

koste-effektiewe beeld van 'n universiteit. Kazoleas et al (2001:208) gaan so ver as om 'n universiteit gelyk te stel aan instansies soos kerke en ook sakeondernemings. Hedendaagse universiteite moet hulle gewenste identiteit na buite kommunikeer op verskillende maniere, d.w.s. nie alleen hoe hulle funksioneer as 'n openbare instansie nie, maar ook hoe hulle effektief funksioneer as 'n koste-effektiewe instansie wat verantwoordbaar is aan hulle mees belangrike teikengroepe. Universiteite is daarom verplig om hulle onderskeie interne en eksterne teikengroepe in te lig oor hoe hulle funksioneer in beide tradisionele en utilitaristiese terme. 'n Effektiewe manier vir universiteite om in die dinamiese sfeer van vandag te oorleef, is om aktief te begin kommunikeer met aandeelhouers en die media. Hierdie kommunikasie begin by universiteite se inagneming van al die verskeie teikengroepe wat hulle het en waarmee hulle moet kommunikeer.

Universiteite moet poog om in hulle kommunikasie die stereotipes wat bestaan van universiteite teen te gaan. Daarom moet die instansies die ivoortoring-beeld wat van universiteite bestaan in hulle kommunikasie tot niet maak (Kazoleas et al, 2001). Soos gesien kan word in die IFP-model, speel die konteks van kommunikasie 'n belangrike rol in beeldvorming en projeksie. Dowling het ook alreeds in 1986 bevestig dat individue se persoonlike ondervindings met die instansie hulle houdings en daarom ook hulle beeld van die instansie beïnvloed. Stereotipes van universiteite het ook 'n invloed op individue se houdings oor universiteite. Die media is ook 'n belangrike faktor wat deel vorm van die konteks van kommunikasie en 'n definitiewe invloed het op individue se beeld van 'n instansie.

'n Goed gedefinieerde en sigbare institusionele identiteit is belangrik vir die US wat in 'n hoogs kompeteerbare arena moet funksioneer. 'n Positiewe institusionele identiteit is noodsaaklik vir die US se sukses en groei. 'n Goed gevestigde en erkende institusionele identiteit help die US om onderrigpersoneel, studente en administratiewe personeel van die hoogste kaliber aan te stel. In die woorde van die US:

“Our objective is to create a consistent, readily recognisable and positive image of our University that will reinforce our known commitment to teaching and research excellence and to vibrant interaction with the communities we serve”.

2.4 Institusionele beeld

Daar is al 'n redelike hoeveelheid literatuur gepubliseer oor die belangrikheid van 'n institusionele beeld. Die versameling is so wyd dat dit moeilik is om 'n gepaste definisie te vind. Die konsep, institusionele beeld, is alreeds in die 1950's (indien nie vroeër) ontwikkel toe navorsers soos Newman in 1953 en Boulding in 1956 bydraes gelewer het in hierdie verband. Alreeds in 1959, het Bayton (1959) die onderskeid getref tussen die werklike en die ideale beeld van 'n instansie. Nog invloedryke literatuur is die werk van Grahame R. Dowling in 1986. Hy argumenteer dat die beeld van 'n instansie begin by 'n enkele indruk wat die instansie op 'n persoon maak. Hierdie indruk sal dan die houdings van mense bepaal en uiteindelik sal hulle 'n bepaalde beeld vorm van die instansie.

Wat het die beeld van 'n instansie te doen met die langtermynoorlewing van 'n instansie? Dowling (1986:110) beantwoord hierdie vraag op vier verskillende maniere: Eerstens is organisasies geïnteresseerd in die beeld wat hulle uitstraal omdat hulle glo dat 'n goeie beeld 'n invloed het op mense se gedrag (bv. as 'n nuwe produk bekend gestel word). Tweedens, gebeur dit baie min dat mense direkte kontak met die instansie het. Dit is dan hulle persepsies, indrukke en evaluasies van die instansie gebaseer op eksentrieke en intrinsieke inligtingsbronne wat hulle uiteindelijke beeld van die instansie bepaal. Derdens het dit die sosiale verantwoordelijkheid van besighede geword om te evalueer hoe die publiek hulle beeld evalueer en om sodoende dan ook die bemarkingstrategieë van die instansie te evalueer en aan te pas. Laastens bevestig dit Kotler se nuwe konsep van mega-bemarking waarin hy redeneer dat die institusionele beeld van 'n instansie 'n beheerbare konsep is wat die instansie kan manipuleer na wense. Hatch en Schultz (1997) argumenteer die volgende:

“image is intentionally manipulable by insiders for the consumption of outsiders, it is not merely an attempt to infer outsider’s perceptions.”

In sy artikel, *Managing your Corporate Images*, definieer Dowling (1986:110) die konsep “beeld” soos volg:

“An image is the set of meanings by which an object is known and through which people describe, remember and relate to it. That is, it is the net result of the interaction of a person’s beliefs, ideas, feelings and impressions about an object”

Hierdie definisie maak dit duidelik dat verskillende mense verskillende beelde van ‘n instansie sal hê, omdat mense se waardes, norme, oortuigings, gevoelens en indrukke van ‘n objek sal verskil. Die beelde wat mense het van ‘n instansie is nie stabiel nie – mense kan meer as een beeld van ‘n instansie hê en somtyds kan hierdie beelde selfs teenstrydig wees met mekaar. “Corporate images are selectively perceived mental pictures about the organization” (Dowling, 1989:112). Bernstein (1984) het ook ‘n groot bydrae gelewer op die gebied van institusionele beeld. Hy redeneer dat die beeld van ‘n instansie ‘n algehele indruk is wat bestaan uit verskeie indrukke wat of uit direkte of indirekte kontak met die instansie ontstaan het. Dit is belangrik om daarop te let dat die beeld nie is wat die instansie dink dit is nie, maar dit is die gevoelens en menings oor die instansie wat bestaan in die gedagtes van sy teikenmark (Abratt, 1989:68).

Matineau (1960) in Abratt (1989:68) som die konsep goed op wanneer hy sê dat die institusionele beeld ‘n “conglomerate of attitudes” teenoor die instansie is. Die institusionele beeld van ‘n instansie is ‘n multidimensionele konsep soos wat De Stadler redeneer in sy IFP-model.

‘n Instansie het die vermoë om sy beeld te manipuleer en te verander deur te besluit watter inligting aangebied gaan word vir publikasie. Anders as die institusionele kultuur en die identiteit van ‘n instansie, is die institusionele beeld manipuleerbaar en dus ook veranderbaar. Olins (1978) en Bernstein (1984) argumenteer die volgende in Abratt (1989:65):

“... image cannot be divorced from reality, that the image is an expression of the corporate personality and that co-ordinated and consistent communication to external and internal publics is fundamental to the management of the corporate image.”

Kommunikasie is dus sentraal in die proses om die institusionele beeld sigbaar te maak. Oneffektiewe kommunikasie lei tot gefragmenteerde perspektiewe en dit het 'n minder stabiele beeld van 'n instansie tot gevolg, 'n toestand wat vermy moet word.

Joep Cornelissen (2000:120) identifiseer drie tipes beelde gebaseer op die graad van uitbreiding: 'n Beeld as 'n komplekse gestruktureerde netwerk of skema (hoë uitbreiding); 'n beeld as 'n evalueerbare houding (middel-uitbreiding); en, laastens, 'n beeld as 'n blote globale indruk (lae uitbreiding). Dit is daarom duidelik dat die konsep “beeld” uiters kompleks is en definieer kan word as 'n blote indruk, maar ook as 'n geïntegreerde betekenisstruktuur. Dit is om hierdie rede dat dit belangrik is vir instansies om aandag te gee aan die beeld wat hulle uitstraal, omdat dit hulle in die langtermyn baie besigheid kan kos. In die huidige kompeterende arena waarin instansies en veral tersiêre instansies soos universiteite funksioneer, is hulle beeld van hulle mees kosbare bates waaroor hulle beheer het.

Voor 'n institusionele beeld egter bestuur kan word, moet dit eers verstaan word. Dit is waarom dit belangrik is vir die instansie om hulle institusionele identiteit duidelik te definieer. 'n Instansie moet eerstens weet wie en wat dit is voordat hulle kan bepaal watter beeld hulle wil uitstraal. Dit sluit ook in die bepaling van die visie en missie en filosofieë van die instansie. Dit is ook belangrik vir 'n instansie om 'n goed gedefinieerde kommunikasiebeleid te formuleer waarin bepaal word wat gekommunikeer gaan word, en meer belangrik, hoe dit gekommunikeer gaan word. Dit sal dus die instansie lei om die gewenste institusionele beeld te kommunikeer.

Daar word onderskei tussen twee verskillende beelde – die gewenste beeld en die werklike of gekonstrueerde beeld van 'n instansie.

Die gewenste beeld verwys na die beeld wat die instansie graag sal wil uitstraal en is hoogs manipuleerbaar. Hierdie beeld herinner aan Bayton (1959) se ideale beeld, die beeld waarna 'n instansie strew.

Die werklike beeld is die beeld wat die teikenmark (in die geval van die US, die studente, ouers, dosente en personeel) van buite en ook van binne het van die instansie. Hierdie beeld is meer gevestig en dien dus as 'n teken dat die beeld asook die bemarkingstrategie van die instansie goed is (as die werklike beeld en die gewenste beeld ooreenstem) of gerevalueer moet word (as die werklike beeld en die gewenste beeld nie ooreenstem nie).

As navorser wil ek uitvind wat die gewenste beeld van die US is en dan deur data te versamel, bepaal wat die US se werklike beeld is. Indien daar nie 'n sterk ooreenkoms tussen die werklike en gewenste beeld van die US is nie, is dit gewoonlik die resultaat van oneffektiewe kommunikasie en 'n aanwysing dat die kommunikasie hersien moet word.

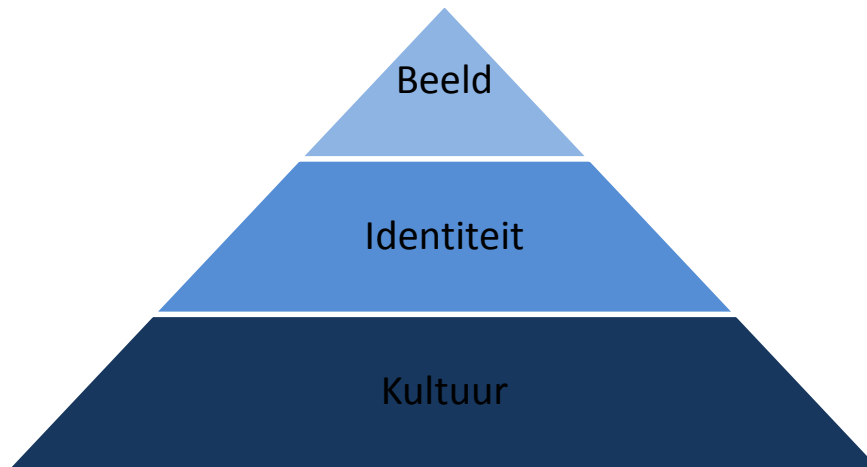
2.5 Die verhouding tussen kultuur, identiteit en beeld

Die verhouding tussen kultuur, identiteit en beeld kan in die vorm van 'n piramide voorgestel word. Soos alreeds bespreek, is die kultuur van 'n instansie die mees stabiele en mins veranderbare konsep van die drie. Die kultuur lê dus aan die basis van die piramide waarop identiteit en beeld gebou word. Hoe verder mens beweeg na die punt van die piramide, hoe meer vloeibaar en veranderlik raak die konsepte (Hagan, 2009:12).

Kultuur is 'n moeilike definieerbare konsep. Dit is die dieperliggende basis van wat die instansie is. Die kultuur van 'n instansie is inherent aan die instansie en word nie doelbewus vasgestel nie. Die vlak wat op die kultuur gebou word, is die identiteit. Identiteit is die mees visuele konsep van die drie en dit onderskei die instansie van ander instansies. Die identiteit vestig die instansie se uniekheid en persoonlikheid. Soos alreeds bespreek, is dit ook sigbaar in die naam, logo, kleure ens van die instansie. Die beeld lê aan die punt van die piramide en is die resultaat van die bestuur van die kultuur sowel as die identiteit van die instansie. As die

verhouding tussen kultuur en identiteit op 'n bewustelike en suksesvolle wyse bestuur word, sal die beeld 'n gewenste refleksie van die kultuur sowel as die identiteit van die instansie wees.

Daar moet egter daarop gelet word dat daar geen duidelike onderskeid tussen hierdie drie konsepte getrek kan word nie. In die werklikheid is dit moeilik, selfs onmoontlik om vas te stel waar die een begin en die ander eindig (Hagan, 2009:12).



Figuur 2.2: Die verhouding tussen kultuur, identiteit en beeld

2.6 Inligting

Volgens Saul Carliner (2002) is daar drie maniere van interaksie in kommunikasie, of meer spesifiek, interaksie met die inligting in 'n boodskap:

- Fisiese toegang, evaluering en aanvaarding
- Kognitiewe toegang, evaluering en aanvaarding
- Affektiewe toegang, evaluering en aanvaarding

2.6.1 Fisiese toegang, evaluering en aanvaarding

Die fisiese toegang van inligting verwys eerstens na die fisiese beskikbaarheid van die inligting, met ander woorde is die inligting maklik bekombaar en toeganklik vir die teikenmark. In die geval van die US jaarboeke, is daar 'n oorvloed van jaarboeke van al die fakulteite beskikbaar in verskillende omgewings. Dit gebeur dat die blote beskikbaarheid van inligting 'n positiewe of negatiewe invloed kan hê op die beeld van die betrokke instansie.

Hierdie aspek verwys ook na die toeganklikheid van inligting *in* die dokument deur gebruik te maak van strukture soos 'n duidelike inhoudsopgawe, indekse, opskrifte ens. wat dien as ondersteuningstrukture vir 'n leser wat inligting in 'n dokument soek. Om suksesvol in hierdie opsig te werk te gaan, vereis dat die ontwerper van 'n teks noukeurige aandag gee aan aspekte soos die struktuur, uitleg, die integrasie van teks en grafika, ens. Dit is vir enige leser 'n groot frustrasie om na inligting in 'n teks te soek en dit nie te kan kry nie.

Die toegangstruktuur speel 'n rol in lesers se eerste indrukke van 'n instansie – voordat 'n leser selfs 'n dokument gelees het, het hy/sy alreeds 'n indruk van daardie dokument en indirek dus van die betrokke instansie. Dit is baie belangrik om die fisiese voorkoms en toeganklikheid van inligting in 'n teks in ag te neem wanneer 'n dokument ontwerp word. Die mees voor die handliggende aspekte kan soms die beeld van 'n instansie negatief beïnvloed.

2.6.2 Kognitiewe toegang, evaluering en aanvaarding

Die kognitiewe of intellektuele toegang is seker die belangrikste toegang vir die leser. Die uiteindelijke doelwit met enige dokument is dat die leser die teks sal verstaan en daarop reageer op 'n gepaste wyse. Hierdie aspek is beslis meer kompleks as die bogenoemde toegangsaspek, omdat dit aspekte insluit soos die informatiewe behoeftes van die teikenmark, die doelwitte van die kommunikasie, die inhoud asook die inhoudslading van die betrokke dokument, en veral die begrypbaarheid. Indien 'n dokument deurmekaar en verwarrend

voorkom en glad nie sin maak vir die beoogde teikenmark nie, sal dit beslis die beeld van die instansie negatief beïnvloed. Maar die teenoorgestelde is ook waar, 'n goeie begrip van die teks sal lei tot 'n positiewe beeld van die instansie.

Die uiteindelijke doelwit van enige dokument is: Verstaan die leser die teks? Om hierdie doelwit te behaal, is dit van die uiterse belang om te weet wie die teikengroep is omdat daar dan voorsiening gemaak moet word vir 'n spesifieke groep lesers se taal-, denk- en kommunikasievaardighede. Dit is altyd belangrik om die doelwitte (wat die ontwerper/skrywer met die teks wil bereik) baie duidelik te definieer. Dit sal dan ook bepaal watter inligting in die dokument moet wees en watter inligting onnodig en oorbodig is. Dit sal uiteindelik ook die verwarring in die teks verminder en 'n goeie begrip bevorder.

2.6.3 Emosionele toegang, evaluering en aanvaarding

Die emosionele toegang lê meer klem op die emosionele of affektiewe impak van die inligting in 'n dokument, wat beslis ook van groot belang is. Terwyl die intellektuele toegang fokus op die *wat* van die kommunikasie (die inhoud en begrip daarvan), fokus die emosionele toegang op die *hoe* van die kommunikasie. Dit wil sê die wyse waarop die boodskap oorgedra word en die gevoelens wat dit by die leser ontlok. Hierdie toegang het te make met hoe die leser voel wanneer hy/sy die teks lees. Voel die leser welkom, tuis, gerespekteerd, gelukkig of eerder beledig, geaffronteerd of selfs onnosel wanneer hy/sy die teks lees?

Dit is egter belangrik om te let daarop dat emosie 'n kultuurgebonde konstruksie is en dat verskillende lesers verskillende emosies sal ervaar al lees hulle dieselfde teks. Maar nietemin, sal 'n negatiewe emosie daartoe lei dat lesers die dokument met minder aandag lees. Lesers hou nie daarvan as hulle eiewaarde en selfrespek in 'n teks bedreig word nie. Wanneer 'n teks dus lesers die reg ontnem om self besluite te maak of enigins vals veronderstellings van die leser insinueer, sal die leser nie die teks verder lees nie en beslis nie daarop reageer nie.

Negatiewe emosies sal die motivering om 'n taak te verrig belemmer en uiteindelik ook die beeld van die instansie negatief beïnvloed.

Laastens, sal lesers se emosionele toegang tot 'n dokument 'n invloed hê op die verhouding tussen die leser en die skrywer (wat namens die instansie skryf) en daarom ook op die beeld wat die leser van die skrywer of instansie het. Die verhouding sal later meer breedweg bespreek word wanneer die verskillende boodskappe in 'n teks bespreek word.

Al drie hierdie toegangstrategieë is belangrik vir die beeld wat die kommunikasie uitstraal.

2.7 Die kompleksiteit van die boodskap in 'n dokument

2.7.1 Vier deelboodskappe in een

Een van die vernaamste redes waarom dokumente misluk, is dat skrywers nie bewus is dat daar in elke boodskap vier deelboodskappe teenwoordig is nie. Nadat die leser toegang tot die teks gekry het, word die presiese aard van die boodskap of boodskappe duidelik. 'n Leser sal soms onwelkom of beledig voel in 'n teks, maar sal nie presies kan motiveer hoekom nie. Of soms sal die leser voel dat die skrywer baie vriendelik en behulpsaam in die teks voorkom, maar dit nie in 'n ordentlike term kan beskryf nie. Hierdie “gevoelens” of waarnemings van lesers word heel dikwels op versteekte wyse vasgevang in die vier deelboodskappe wat teenwoordig is in enige kommunikasie. Hierdie deelboodskappe speel 'n belangrike rol in die manipulering van die beeld in 'n dokument. Hulle is:

- Die referensiële boodskap
- Die appellerende boodskap
- Die ekspressiewe boodskap
- Die relasionele boodskap

2.7.1.1 Die referensiële boodskap

Die referensiële boodskap is die mees voor die hand liggende boodskap en verwys na die saaklike en feitelike inligting binne 'n teks. Dit gaan dus oor die inhoud in die teks en alreeds in die keuse van watter inhoud in die teks is en watter inhoud nie, kan die beeld wat oorgedra word, beïnvloed word. Die referensiële boodskap moet dus geensins onderskat word in die belangrike rol wat dit speel in die beeldvorming en -projeksie van die instansie nie.

2.7.1.2 Die appellerende boodskap

Die appellerende boodskap is ook redelik sigbaar en dit word gereflekteer in die doelwitte van die teks, of wat die skrywer met die teks wil bereik. Soos alreeds genoem, is dit uiters belangrik om die doelwitte van 'n dokument duidelik te definieer. Dit sal baie verwarring vermy, omdat duidelik gedefinieerde doelwitte navorsing vereis van die teikengroep en wat hulle wil weet. Die skrywer sal dus nie onnodige inligting in die dokument verskaf nie en sal uiteindelik die doelwit bereik.

Die doel van 'n teks kan wees om lesers in te lig (soos in die geval van die US jaarboek), om instruksies te gee (ook soos die US jaarboek), om die leser te motiveer, oorreed of selfs emosioneel te beïnvloed. Tekste het altyd 'n dieperliggende doel. Geen teks word sonder 'n doel geskryf nie. Die doel kan wees om 'n nuwe produk bekend te stel, of om lesers te motiveer om in die opkomende verkiesing deel te neem. En die doel wil in die meeste gevalle 'n aksie van die leser ontlok, met ander woorde, nadat 'n leser 'n teks gelees het, moet hy/sy iets doen. Dit is daarom duidelik dat die appellerende boodskap veral te make het met dit wat van die leser verwag word met die lees van die teks – die effek wat die teks op die leser moet hê.

2.7.1.3 Die ekspressiewe boodskap

Die ekspressiewe boodskap en die relasionele boodskap (wat volgende bespreek gaan word), is die minder sigbare boodskappe in 'n teks. Dis ook die boodskappe waarmee skrywers van dokumente dikwels nie bekend is nie en daarom ook nie vertrou is in die gebruik daarvan in dokumente nie.

Die ekspressiewe boodskap het te make met die beeld wat van die sender oorgedra word in die teks. Meer spesifiek, verwys dit na die sender se gevoelens, opvattinge, norme, gesindhede en waardes. Sonder dat lesers dit besef, is hulle baie sensitief vir die beeld wat die sender oordra en speel dit beslis 'n rol in die beeldvorming en -projeksie van die skrywer en ook die instansie. Die ekspressiewe boodskap het te make met die rol wat die skrywer in die teks speel. Die skrywer kan bv. 'n sekere persona aanneem in die teks. Die ideaal sal wees dat die skrywer betroubaar, simpatiek en opreg voorkom. As die skrywer betroubaar voorkom, sal die leser die inligting in die dokument ernstiger opneem. Dit sal dus vir die skrywer makliker wees om die leser te oortuig en te motiveer. Dit is belangrik dat aandag bestee word aan die ekspressiewe boodskap in 'n teks – dit kan die sukses van 'n dokument bepaal.

2.7.1.4 Die relasionele boodskap

Die relasionele boodskap verwys na die verhouding (“relation”) tussen die skrywer van die teks en die leser van die teks en veral hoe die skrywer hierdie verhouding benader. Die skrywer bestuur hierdie verhouding en kan sekere waardes, houdings en ander kenmerke aan die leser toeken. Die leser/ontvanger kry 'n idee hoe die skrywer hom of haar sien. Dit is belangrik om daarop te let dat lesers baie gevoelig is vir hoe hulle aangespreek en voorgestel word in 'n teks. Die volgende behoeftes is belangrik om in ag te neem:

- Die leser se behoefte aan *kennis*: Dit is belangrik dat alle inligting in 'n dokument relevant is tot dit wat die leser graag wil weet. Die skrywer moet eerder onnodige inligting vermy en veral daarop let dat die inligting nuut is vir die leser.
- Die leser se behoefte aan *selfbeskikking*: Mense hou nie daarvan om voorgesê te word nie en het 'n behoefte daaraan om self hulle eie besluite te maak.
- Die leser se behoefte aan *erkenning, waardering en begrip*: Mense soek erkenning en waardering en wil graag aanvaar word deur ander mense. Daarom wil hulle ook hê dat ander mense 'n goeie beeld van hulle het. Skrywers moet daarteen waak om lesers nie in 'n teks te kritiseer of te verkleineer nie.
- Die leser se *kennis, oortuigings, houdings en waardes*: Lesers het 'n behoefte daaraan dat die skrywer van 'n dokument hulle kennis, oortuigings, houdings en waardes respekteer.
- Die leser se *kommunikasie-, taal-, en denkvaardighede*: 'n Dokument het beswaarlik lesers wat almal dieselfde vermoëns en behoeftes het. Die lesers in 'n teikengroep verskil ten opsigte van hulle vermoëns en vaardighede en dus moet die skrywer daarteen waak om byvoorbeeld te eenvoudig te skryf vir 'n geleerde of te kompleks vir 'n leek.
- Die leser se *verhouding tot die skrywer en die teks*: Die werklike verhouding tussen die leser en die skrywer is hier ter sprake – daar moet dus daarop gelet word dat daar steeds 'n mate van respek gehandhaaf moet word wanneer die Universiteit van Stellenbosch 'n brief vir 'n student skryf. Daar is immers steeds 'n mate van afstand wat behou moet word.

2.8 Die rol van gebruikersvriendelikheid

Enige dokument wat deur 'n leser gebruik moet word se hoofdoelwit moet wees om gebruikersvriendelik te wees (in die literatuur word na *usability* en *usability testing* verwys). 'n Jaarboek, wat inderdaad meer funksioneer as 'n deurlopende handleiding vir die student, moet daarna streef om te alle tye gebruikersvriendelik te wees. Alle aspekte in die dokument moet so ontwerp wees om konstant die leser se behoeftes in ag te neem en dit so maklik as moontlik vir die gebruiker van die dokument te maak om die dokument effektief aan te wend vir die doel waarvoor dit ontwerp is.

Wat presies is 'n jaarboek en belangriker nog, wat is die funksie van 'n jaarboek? Die Algemene Jaarboek van die US is 'n dokument wat jaarliks uitgegee word aan voornemende studente, huidige studente, hulle ouers, die personeel van die US en die dosente. In die Algemene Jaarboek word daar inligting gevind o.a. oor die volgende:

- Historiese agtergrond van die US
- Personeel in die akademiese departemente
- Grade, diplomas en sertifikate
- Toelating en registrasie
- Losies
- Universiteitseksamens
- Beleidsake

Elke fakulteit van die Universiteit Stellenbosch het ook 'n afsonderlike jaarboek wat handel oor die onderskeie kursusse en grade by die fakulteit. Die Jaarboek van die Fakulteit Lettere en Wysbegeerte, byvoorbeeld, se inhoud is meer spesifiek van toepassing op dié fakulteit en al die kursusse wat by die fakulteit aangebied word. Dit is daarom duidelik dat al die jaarboeke belangrike inligting bevat wat van toepassing is op 'n groot verskeidenheid lesers, maar tog met studente as die primêre doelgroep. Die inligting in hierdie dokumente is uiters belangrik en

daarom moet die lesers fisiese toegang hê tot die jaarboeke, maar belangriker, hulle moet verstaan wat van hulle verwag word. Die doelwit van die jaarboeke is dus om informatief te wees en om sodoende die lesers in te lig oor wat die Universiteit Stellenbosch van hulle verwag. Maar die jaarboeke het ook 'n instruktiewe funksie (dink maar aan instruksies om te registreer) en in 'n mindere mate ook 'n oorredende of bemarkingsfunksie.

Gebruikersvriendelikheid speel 'n rol wanneer voornemende studente byvoorbeeld inligting moet vind in die Jaarboeke. Daarom moet strukture soos die inhoudsopgawe en die indeks duidelik wees om die leser in hierdie proses te akkommodeer. Hierdie strukture val onder die uiterlike struktuur van 'n dokument en is belangrike aspekte om in ag te neem wanneer 'n dokument ontwerp word. Duidelike opskrifte, subopskrifte en verwysings is ook belangrik om 'n teks meer gebruikersvriendelik vir die leser te maak. Indien die leser al die inligting in 'n dokument maklik vind, maar dit nie verstaan nie, is die dokument steeds onsuksesvol. Daarom sluit gebruikersvriendelikheid ook aspekte in soos die begrip van die teks (kognitiewe toegang).

Die ontwerper moet in alle opsigte streef daarna om die leser deurentyd te akkommodeer – deur deeglike navorsing te doen oor die teikenmark van die teks. Deur dit te doen, sal die skrywer weet watter inligting om in die teks te gebruik, hoe om die inligting aan die leser oor te dra. Deur al hierdie aspekte in ag te neem, sal die ontwerper die gebruikersvriendelikheid van die teks verhoog. Verdere bespreking oor hierdie onderwerp volg in Hoofstuk 4.

Die volgende aspekte wat bespreek word, is die aspekte wat die fokus vorm van die studie. Soos in verdere hoofstukke gesien gaan word, is dit nie die enigste onderwerpe onder bespreking nie. Dit is egter die belangrikste dokumentontwerpaspekte wat deurlopend bespreek word in die studie, veral omdat juis hierdie aspekte in die US se jaarboeke 'n ingrypende invloed kan hê op die beelduitstraling van die betrokke tekste.

2.8.1 Uiterlike struktuur

Die uiterlike struktuur van 'n teks is belangrik omdat dit die eerste indrukke van die leser bepaal. Die eerste indrukke wat 'n leser van 'n teks en ook die dokument maak, speel 'n belangrike rol in die vorming van opinies, houdings en uiteindelik die beeld van 'n instansie. Dit is die byna universele beginsel van "Eerste indrukke tel" wat hier werkzaam is. Die uiterlike struktuur sluit baie elemente in, maar in die studie word slegs op die volgende gefokus:

- Kantlyne
- Opskrifte
- Paragrafe

Die uiterlike struktuur van 'n teks is ook belangrik om die leser in die teks te help oriënteer om inligting in die teks te vind en sodoende dan die teks beter te verstaan. Die uiterlike struktuur dra by tot die fisiese asook die kognitiewe toegang tot die teks wat dus ook 'n bydraende rol speel in die beeldvorming van 'n instansie. Hierdie toegang word o.a. bewerkstellig deur die effektiewe ontwerp van bg. aspekte.

In Hoofstuk 4 word die uiterlike struktuur deeglik bespreek en dit word ook toegepas deur die gebruik van voorbeelde uit die Algemene Jaarboek.

2.8.2. Inligtingsverspreiding

Inligtingsverspreiding verwys na die manier waarop inligting in 'n teks gerangskik en gestruktureer word. Dit sluit ook in die groepering van soortgelyke inligting bymekaar om die leser in die proses te akkommodeer en nie te verwar nie. Die aanbod van inligting in 'n teks moet verder tipografies goed ontwerp word en moet poog om 'n sekere hoeveelheid wit op die bladsy behoue te laat bly. Dit is 'n gevestigde beginsel van tipografie dat wit ruimte tekste

meer toeganklik laat voorkom en ook die leesgemak van die tekste verhoog. Uiteraard is daar nie 'n eenvoudige formule hiervoor nie, maar die beginsel is om altyd te fouteer aan die kant van te veel wit.

Volledige bespreking van hierdie aspek volg in Hoofstuk 4.

2.8.3 Aanspreekvorme en verwysing na die skrywer of instansie

Aanspreekvorme kan of direk of indirek wees. Direkte aanspreekvorme verwys na die persoonlike aanspreking van die leser deur byvoorbeeld gebruik te maak van *jy* of *u*. In die geval van indirekte aanspreekvorme word die leser nie direk aangespreek nie en gevolglik val die klem op die handeling of produk eerder as op die agent/leser. Hierdie indirekte aanspreking kan geskied deur 'n derdepersoonsverwysing soos *die student* in die jaarboeke van die US. Daar kan ook geen aanspreekvorme in 'n sin voorkom nie, dit wil sê die leser word glad nie in die sin aangespreek nie. Hierdie opsie word hier inbegryp onder indirekte aanspreking.

Direkte aanspreekvorme het tot die gevolg dat die skrywer die leser se aandag trek en hom/haar so by die teks te betrek. Deur betrokke te wees en te fokus op die doener sowel as die aksie, sal die leser dit makliker vind om te verstaan wat van hom/haar verwag word. Direkte aanspreekvorme in tekste maak die teks meer persoonlik en dit verklein ook die afstand tussen die skrywer en die leser van die teks. In die proses word die relasionele boodskap in die teks bevorder.

Indirekte aanspreekvorme moet verkieslik gebruik word wanneer slegte nuus oorgedra word in 'n teks. Dit lei daartoe dat die leser hom-/haarself van die situasie kan verwyder en die inligting as minder bedreigend ervaar. Die direkte aanspreekvorm word gewoonlik gekoppel aan 'n sin van verantwoordelikheid en selfs persoonlike aandag waarvan alle lesers nie noodwendig hou nie (Hagan, 2009: 20).

Nog 'n aspek wat in hierdie studie nagevors word, is hoe die Universiteit na homself verwys in die US Jaarboeke. In plaas van 'n meer persoonlike aanslag, gebruik die skrywer in die meeste gevalle die verwysing “Die Universiteit” of “Hierdie kantoor”. In hierdie kategorie kan daar hoofsaaklik twee verskillende verwysings geïdentifiseer word naamlik die inklusiewe *ons* en die eksklusiewe *ons*.

Die inklusiewe *ons* sluit die skrywer sowel as die leser in, terwyl die eksklusiewe *ons* die leser uitsluit en slegs verwys na die skrywer. Die gebruik van die inklusiewe *ons* verminder die afstand tussen die skrywer en die leser en plaas daarom die skrywer en leser op 'n gelyke vlak. Die teenoorgestelde is waar van die eksklusiewe *ons*, naamlik dat die afstand tussen die skrywer en die leser vergroot word. Dit kan soms vir die leser voel of die skrywer afpraat na hom/haar toe en in die proses die leser se behoefte aan waardering en respek misken. Die verwysing na die self het ook te maak met die relasionele en die ekspressiewe boodskappe in tekste.

2.8.4 Formaliteit

Formaliteit verwys die wyse waarop die stylkeuse die afstand tussen skrywer en leser vergroot of verklein. Dit word gewoonlik bepaal deur die tipe dokument, die teikenmark of selfs die tipe instansie of geleentheid waarvoor die dokument ontwerp word. In die geval van die jaarboeke, is dit gebruiklik om in 'n meer formele styl te skryf. Jaarboeke is oor die algemeen meer formele dokumente en universiteite as instansies is ook geneig om meer formeel beskou te word. Die neiging is dus om byna outomaties die afstand tussen skrywer en leser te vergroot, dikwels met negatiewe gevolge vir die beelduitstraling. Hierdie stelling is egter besig om van sy geloofwaardigheid te verloor, aangesien hedendaagse universiteite hulle formele identiteite begin verruil vir 'n meer informele, kliëntvriendelike en studentgerigte identiteit waarin formele en ouderwetse tekste nie meer 'n plek het nie.

Formele tekste word gewoonlik gekenmerk deur die gebruik van moeilike woorde, terminologie, en moeilike sinne en frases. Formele tekste is ook geneig om van meer

ouderwetse woorde gebruik te maak. Die konstruksies van sinne verskil ook in meer formele tekste. Passiefkonstruksies is byvoorbeeld meer algemeen in formele tekste teenoor aktiefkonstruksies wat in meer informele tekste gebruik kan word.

In passiefkonstruksies word die handeling of produk op die voorgrond gestel en daar word 'n groter afstand tussen die leser en die skrywer geskep. Sinne in die passiefkonstruksies is meer formeel en afstandelik. Die aktiefkonstruksie plaas die menslike agent op die voorgrond en maak dit duidelik wie verantwoordelik is vir die aksie. In hierdie geval word die afstand tussen skrywer en leser verklein en daarom word daar 'n meer waarneembare relasionele verhouding tussen die skrywer en die leser gevorm.

2.9 Samevatting

Uit hierdie bespreking kan daar afgelei word dat die proses van beeldvorming en -projeksie 'n komplekse en multidimensionele proses is wat deur 'n aantal belangrike faktore beïnvloed word. In die hoofstuk is die IFP-model slegs bespreek soos wat dit toegepas gaan word in die studie. Die doel van hierdie studie is om van hierdie faktore in die model te toets deur die analyses van verskillende tekste en deur die gebruik van vraelyste wat gerig is op tekste uit die US Jaarboeke.

Hoofstuk 3: Metodologie

3.1 Inleiding

In hierdie hoofstuk word die metodologie van die studie kortliks uiteengesit. Dit hou eerstens in dat daar besin word oor die keuse van die tekste asook die keuse van die respondente en hulle werwing. Daarna word daar gefokus op die vraelys met spesifieke verwysing na elke vraag wat daarin aan die respondente gevra is. Die vrae word gekategoriseer in onderafdelings sodat alle vrae met dieselfde tema saam gegroepeer is. Daar word verwys na die pre-toets wat die vraelyste moes ondergaan en ook die prosedure van data-insameling.

3.2 Tekskeuse en metodologie

3.2.1 Teksseleksie

Die US het 'n Algemene Jaarboek en ook 'n jaarboek vir elke akademiese fakulteit van die US. Dit sal dus nie moontlik wees om al die jaarboeke te bestudeer nie, daarom sal die Algemene Jaarboek asook een fakulteit se jaarboek geselekteer word en gebruik word in die studie. Die jaarboek van die Fakulteit Lettere en Sosiale Wetenskappe is tesame met die Algemene Jaarboek van die US noukeurig bestudeer vir in hierdie ondersoek.

3.2.2 Metodologie

Hierdie studie het van 123 respondente gebruik maak. Die respondente bestaan uit voornemende studente tussen die ouderdomme van 16 jaar en 18 jaar. Daar is twee veranderlikes in die studie naamlik naamlik geslag en ras. Min of meer die helfte van die steekproef is manlik en die ander helfte is vroulik. Die ander veranderlike in die studie is ras,

omdat dit relevant in 'n multikulturele samelewing soos dié van Suid-Afrika is en ook omdat dit universiteitsbeleid is om die universiteit te transformeer van 'n meerderheid wit universiteit na een waar al die bevolkingsgroepe van Suid-Afrika verteenwoordig word. In my studie het ek dit vereenvoudig na 51 wit voornemende studente (24 manlik en 26 vroulik) en 65 bruin voornemende studente (31 manlik en 34 vroulik).

Hierdie studie bestaan uit beide 'n teksgerigte ondersoek asook 'n lesergerigte ondersoek. Die teksgerigte ondersoek fokus op die ontleding van die jaarboeke en die lesergerigte ondersoek sal met behulp van vraelyse uitgevoer word. Ten einde addisionele oordele in die lesergerigte ondersoek in te win, gaan spesifieke gedeeltes uit die Algemene Jaarboek gemanipuleer word. Die respondente gaan in die eerste afdeling van die vraelys aan slegs die oorspronklike teks blootgestel word. In die laaste afdeling van die vraelys, gaan respondente aan gedeeltes van die oorspronklike teks sowel as die gemanipuleerde teks blootgestel word. Hierdie gedeelte maak dus gebruik van 'n beperkte binnegroepontwerp.

Aan die begin van die vraelys, sal demografiese vrae gevra word. Dit sluit vrae in soos:

- Wat is die ras van die respondent (slegs vir navorsingsdoeleindes)?
- Wat is die geslag van die respondent?
- Wat is die ouderdom van die respondent (tussen die ouderdomme van 16 en 19 jaar)?
- Het die respondent al dokumentasie van die US ontvang?
- Is die respondent van plan om by die US te studeer? Hoekom? Hoekom nie?

Verdere vrae sal dan meer fokus op die jaarboek van die US. Nadat die persoonlike inligting van die respondente ingesamel is, is die volgende doelwit om te bepaal watter beeld die voornemende studente van die Universiteit Stellenbosch het. Hiermee wil die navorser bepaal of die respondente 'n positiewe of 'n negatiewe beeld het van die US deur algemene vrae te vra soos die volgende:

- Waar het die respondent van die US gehoor?

- Dink die respondent dat die US een van die beste universiteite in die land is?
- Is die respondent opgewonde om by die US te gaan studeer?

Daar sal dan gefokus word op 'n spesifieke uittreksel uit die Algemene Jaarboek van die Universiteit Stellenbosch wat die probleemstelling sal bevestig. 'n Aantal vrae oor hierdie teks sal gevra word om uit te vind hoe die respondent die teks ervaar het. Vind die respondent die teks verwelkomend en vriendelik of formeel en streng? Kan die leser met die skrywer van die teks en dus die US identifiseer? Al hierdie vrae wil uiteindelik bepaal of die teks (uittreksel uit die Algemene Jaarboek) die beeld van die US positief of negatief beïnvloed? Dit is die belangrikste doelwit van die studie en daarom word daar baie aandag bestee aan die aspek.

Die respondente gaan ook gevra word om 'n taak/opdrag te verrig (*usability testing*). Die doel hiermee is om te bepaal of hulle vinnig toegang kan kry tot die jaarboek en of hulle verstaan wat om te doen en hoe om dit te doen. Na die taakmatige vrae wat gerig is op 'n teks uit die Lettere en Wysbegeerte Jaarboek gevra is, wil die navorser bepaal hoe die respondent hierdie vrae ondervind het. Vrae soos die volgende gaan gevra word in hierdie afdeling:

- Het die respondent die taak maklik of moeilik gevind?
- Sal die respondent weer so 'n taak kan uitvoer?

Die vraelyste is eers aan 'n pretoets onderwerp om die objektiwiteit van die vrae te verseker en ook om seker te maak dat die vrae duidelik en ondubbelsinning is. Die uitslae van die vraelyste is statisties verwerk na oorleg met die Sentrum van Statistiese Konsultasie by die US.

3.3 Tekskeuse en –analise

3.3.1 Teks A

Teks A verwys na 'n teks wat geneem is uit die Algemene Jaarboek van die US en handel oor die

prosedure van losies en koshuisverblyf aan die Universiteit Stellenbosch. Die navorser het dit gepas gedink om spesifiek hierdie teks te kies vir voornemende studente omdat die teks hulle ook sal interesseer. Behalwe dat die spesifieke teks voornemende studente sal prikkel, is dit ook 'n teks wat belangrik is vir voornemende studente en beslis van toepassing is op hierdie teikenmark. Dit is naamlik so dat een van die mees belangrike aspekte van 'n student se studentelewe die verkryging van gepaste verblyf is. Die teks is dus besonder relevant. Hierdie teks is ook gekies omdat dit al die stylaspekte bevat wat die navorser in hierdie studie wil toets.

Nadat die teks deeglik deur die respondente gelees is, is daar 17 vrae aan die respondent (voornemende student) gerig wat beantwoord moet word op 'n Likert-skaal. Die skaal strek van die een uiterste (-3), wat beteken dat die respondente heeltemal verskil met die stelling, na die ander uiterste (3), wat beteken dat hulle volkome saamstem met die stelling. Hierdie vrae toets die aspekte wat in die vorige hoofstuk bespreek is. Die bespreking van die vrae volg in die volgende afdeling.

3.3.2 Teks B

Teks B is 'n oorspronklike teks wat geneem is uit die Jaarboek Lettere en Sosiale Wetenskappe en handel oor 'n spesifieke kursus naamlik 'n BA-graad in Menslike Hulpbronbestuur. Die doel met hierdie teks is om die gebruikersvriendelikheid van die teks te toets. Dit wil dus toets of die respondente die teks kan gebruik en of hulle verstaan wat van hulle verwag word. Daar is slegs 5 vrae wat op hierdie teks gerig is.

Dit is 'n belangrike deel van die navorsing omdat die navorser belangstel om te bepaal of die US Jaarboeke gebruikersvriendelik is vir die lesers. Dit is veral van toepassing op voornemende studente wat nog nie aan die Universiteit Stellenbosch studeer het nie en dus nog nie weet hoe alles werk nie.

Die vrae wat gerig is op hierdie teks is taakmatige vrae en hulle sal in die volgende afdeling bespreek word.

3.4 Respondente

3.4.1 Profiel van die respondente

Die navorser het besluit om in hierdie studie gebruik te maak van voornemende studente, met ander woorde studente wat nog nie by die Universiteit Stellenbosch studeer nie, maar wat graag in die toekoms sal wil. Hierdie groep is spesifiek gekies omdat hulle nog buitestaanders is van die US en daarom 'n ander beeld het van die US as huidige studente aan die US. Vorige studies het bepaal dat studente se beeld van die US verander het toe hulle aan die US begin studeer het (Du Plessis, 2007). My verwagting is dat voornemende studente oor die algemeen 'n meer positiewe beeld van die US sal hê gebaseer op die algemeen bekende gegewens dat dit 'n tradisieryke, goeie universiteit is in een van die mooiste dele van die land.

Die gebruik van voornemende studente of buitestaanders is ook effektief omdat hulle die werklike beeld (die beeld wat die instansie na buite uitstraal) die beste kan bepaal omdat hulle nog op 'n afstand van die Universiteit staan. Daar moet gelet word op die verskil tussen die gewenste beeld van die US (die beeld wat hulle wil uitstraal) en die werklike beeld van die US. Die navorser wil egter bepaal of die dokumentasie, of meer spesifiek die Jaarboeke 'n positiewe of 'n negatiewe beeld van die US uitstraal.

Die onafhanklike veranderlikes in die studie is geslag en ras. Daarom is ongeveer die helfte van die steekproef manlik en die ander helfte vroulik, soos reeds aangedui. Manlike en vroulike respondente se menings verskil in baie opsigte en daarom is dit voordelig om albei groepe se menings oor die Jaarboek te kry.

Die een helfte van die steekproef was blank, terwyl die ander helfte bruin was. Die motivering agter hierdie stelling is dat hierdie twee bevolkingsgroepe die meeste verteenwoordig word by die US. Wit en bruin respondente behoort ook verskillende menings te hê aangesien hulle kulture en agtergronde dikwels verskil van mekaar.

Die verteenwoordiging van die steekproef is soos volg:

	Wit	Bruin
Manlik	24	31
Vroulik	26	34

Tabel 3.1 Profiel van respondente

Die agt swart respondente se data is nie in die studie gebruik nie.

3.4.2 Werwing van respondente

Die navorser het twee hoërskole se Graad 11-leerders in hierdie studie gebruik, naamlik Hoërskool Paarl Gimnasium en Hoërskool Luckhoff. In die geval van Hoërskool Paarl Gimnasium het die navorser die klaslyste van die Graad 11-groep ewekansig gesorteer en die eerste 25 wit manlike respondente gekies en ook die eerste 25 wit vroulike studente. Dié respondente is dus wetenskaplik uitgekies. As gevolg van administratiewe komplikasies, is die respondente by die Hoërskool Luckhoff nie so wetenskaplik uitgekies nie. Nietemin, het min of meer gelyke getalle bruin manlike respondente en bruin vroulike respondente die vraelyste ingevul.

3.5 Motivering van vrae

3.5.1 Die vraelys

Die vraelys bestaan uit 37 vrae wat in drie afdelings verdeel is naamlik:

- A) persoonlike gegewens
- B) algemene vrae en
- C) vrae oor die betrokke teks(te).

In hierdie afdeling word kortliks gewys op die motivering vir die vrae in Afdelings B en C.

Afdeling B bestaan uit algemene vrae oor die beeld van die Universiteit Stellenbosch. Hiermee wil die navorser bepaal wat die algemene beeld is wat die respondente het van die US. Vorige studies het daarop gedui dat voornemende studente oor die algemeen 'n meer positiewe beeld van die US sal hê (Du Plessis, 2007). Hierdie beeld is geneig om meer negatief te raak wanneer die studente by die US studeer. Dit is belangrik in hierdie afdeling om te bepaal hoe die respondente die US huidige beskou. Slegs dan kan bepaal word of die dokument onder bespreking (Jaarboeke van die US) die beeld van die US positief of negatief beïnvloed.

Afdeling C se vrae is meer spesifiek en gerig op twee tekste, naamlik Teks A en Teks B. Die eerste paar vrae wil die algemene gevoel en indrukke van Teks A evalueer. Hierdie vrae toets die uiterlike struktuur en fisiese toegang tot die teks en die algehele gevoel en houding van die respondente teenoor die teks. Die eerste indrukke van 'n teks is belangrik in die evaluering van 'n teks en ook in die beeldvormingsproses van 'n instansie. Verdere vrae fokus meer spesifiek op inhoudelike en stylaspekte wat bespreek word in die studie en hoe dit toegepas kan word op Teks A. Hierdie aspekte sal deeglik bespreek word in die volgende afdelings in hierdie hoofstuk. Daar is ook vyf vrae in Afdeling C wat gerig is op Teks B. Teks B is geneem uit die Jaarboek Lettere en Sosiale Wetenskappe. Hierdie vrae poog om die gebruikersvriendelikheid van die Jaarboeke te toets. Die laaste vyf vrae is gemotiveerde-keuse-vrae wat gerig is op oorspronklike tekste uit onderskeidelik die Algemene Jaarboek en die Jaarboek Lettere en Sosiale Wetenskappe asook die gemanipuleerde weergawes van dele uit hierdie tekste.

Vervolgens word elke vraag afsonderlik bespreek en gemotiveer. Die volledige vraelys is in Bylae B.

3.5.1.1 Algemene Vrae

3.5.1.1.1 Vraag 1-5: Algemene beeld van die US

Die vrae toets die algemene beeld wat respondente het van die US – hetsy positief of negatief.

Vraag 1: *Het jy al voorheen kommunikasie van die US ontvang?*

Hiermee wil die navorser toets of die respondent al enigsins kennis gemaak het met die Universiteit Stellenbosch deur middel van kommunikasie soos brosjures, aansoekvorme, briewe, jaarboeke ens. Die studie handel oor die beeld van die US en daarom is dit noodsaaklik dat die respondent in een of ander manier al kennis gemaak het met die instansie. Dit is ook belangrik om sodoende die algemene beeld wat die respondent van die US het, te kan bepaal.

Vraag 2: *Ek dink die Universiteit Stellenbosch is een van die beste universiteite in die land.*

Hierdie vraag het ten doel om te bepaal of die respondente se beeld van die US positief is (as hulle saamstem met hierdie stelling) of negatief is (as hulle verskil van hierdie stelling). Soos reeds genoem, argumenteer Du Plessis (2008) in sy studie dat voornemende studente oor die algemeen meer positiewe sienings het van die US. Hierdie vraag wil hierdie hipotese toets.

Vraag 3: *Indien jy al van die US gehoor het, merk asb af in die relevante blokkie waar jy gehoor het van die US. Jy kan meer as een blokkie merk.*

Hierdie vraag wil bepaal waar die respondent te hore gekom het van die US en wil juis aantoon dat die beeld van die instansie gevestig word op 'n veelheid van maniere in 'n veelheid van kontekste.

'n Aantal opsies word verskaf aan die respondent:

Familie (ouers, susters, broers, ooms, tannies ens.)	
Vriende (vriende wat al studeer of nog nie studeer nie)	
Skool	

Media (koerante, nuus, radio, TV, Internet)	
Universiteit Stellenbosch (publikasies, brosjures, bemerking ens.)	
Ander – spesifiseer asb.	

Tabel 3.2: Respondent se bronne van inligting oor US.

Vraag 4: *Die inligting wat ek oor die US ontvang het, het my opgewonde gemaak om daar te gaan studeer.*

Hierdie vraag bepaal of die bron in Vraag 3 die respondent positief of negatief beïnvloed het in terme van die US. Die hoofdoelwit van hierdie afdeling is slegs om te bepaal wat dink die respondent van die US. Wat is die respondent se houding teenoor die US en is dit positief of negatief?

Vraag 5: *In die tabel word daar 12 beskrywings van die beeld van die US gegee. Beoordeel elk van die beskrywings op die skaal van -3 (verskil heeltemal) tot 3 (stem volkome saam). Maak 'n kruisie in een van die 7 blokkies by elke beskrywing om aan te dui waar jy voel die beeld van die US die beste beskryf word.*

<i>Verskil heeltemal</i>	-3	-2	-1	0	1	2	3	<i>Stem volkome saam</i>
Betroubaar								Onbetroubaar
Vriendelik								Onvriendelik
Samewerkend								Dominerend
Nederig								Arrogant
Empaties								Egosentries
Opreg								Vals

Tabel 3.3: Beskrywings van die beeld van die US

Hierdie vraag verskaf 'n aantal beskrywings waarvan die respondent kan kies. Die 7 blokkies tussen die beskrywings veronderstel 'n skaal tussen twee teenoorgestelde beskrywings. Soms is dit moeilik om iets te beskryf as slegs betroubaar of slegs onbetroubaar byvoorbeeld. Daarom help die skaal sodat die respondent 'n meer neutrale keuse ook kan uitoefen. Hierdie

vraag is afkomstig uit Hagan (2009). Die eienskappe of beskrywings is gegrond op die kerneienskappe binne die relasionele en ekspressiewe boodskap.

“Binne die relasionele boodskap is dit belangrik dat die instansie outonomie, respek en waardering aan die klient betoon. Binne die ekspressiewe boodskap is dit belangrik dat die instansie betroubaar, simpatiek en opreg voorkom” (Hagan, 2009:36).

Hierdie beskrywings bepaal dus nie slegs wat die voornemende student/leser van die instansie dink nie, maar ook die verhouding tussen die voornemende student/leser en die instansie. Die beskrywings is van die ses belangrike kenmerke afgelei (De Stadler, 2007c:24-27).

Betroubaarheid		Simpatie		Opregtheid	
Betroubaar	Onbetroubaar	Empaties	Egosentries	Opreg	Vals
Outonomie		Waardering		Respek	
Samewerkend	Dominierend	Vriendelik	Onvriendelik	Arrogant	Nederig

Tabel 3.4: Identiteitseienskappe afgelei van die gewenste relasionele en ekspressiewe boodskappe.

Om die beeld wat die voornemende studente van die US het vas te vang in duidelike beskrywings, is dit makliker vir die navorser om ‘n algehele positiewe of negatiewe beeld van die US te kry. Dit sal egter moeiliker wees vir voornemende studente wat nog nie baie met die US te doen gehad het om hierdie vraag doeltreffend in te vul.

3.5.1.2 Vrae oor die betrokke teks(te)

3.5.1.2.1 Houding van respondente teenoor Teks A

Die volgende vrae toets die houding van die respondente teenoor die teks deur te fokus op sekere stylaspekte. Respondente se houding teenoor die teks beïnvloed uiteindelik hulle beeld van die instansie naamlik die US.

Die Likert-skaal meet die respondente se houdings oor bepaalde stellings op ‘n kontinuum. Die respondente word dus gevra om iets te evalueer en in terme van voorafbepaalde kategorieë aan te dui in watter mate hulle met die stelling saamstem. Die skaal strek van die een uiterste

(-3), wat beteken dat hulle heeltemal verskil met die stelling, na die ander uiterste (+3), wat beteken dat hulle volkome saamstem met die stelling. Die vrae is van toepassing op Teks A, 'n oorspronklike teks uit die Algemene Jaarboek van die US. Vervolgens word die vrae gemotiveer:

Vraag 2: *Die spesifieke teks wat ek moes lees, was vir my moeilik om te verstaan.*

Hierdie vraag bepaal die respondent se kognitiewe toegang tot die teks of in eenvoudiger terme, die respondent se begrip van die teks. 'n Teks wat die respondent moeilik vind om te verstaan, sal 'n meer negatiewe houding teenoor die teks by die respondent ontlok. Kognitiewe toegang is een van die aspekte om ingedagte te hou by die proses van beeldvorming. Die teks slaag ook nie in sy doel as die leser dit nie verstaan nie. Die inligting wat voorkom in die Jaarboeke is belangrike inligting waarvan voornemende studente moet kennis neem. Dit is daarom uiters belangrik dat die inligting op so 'n manier aangebied word sodat voornemende studente dit kan lees, verstaan en toepas.

Daar is verskeie redes hoekom die respondent die teks moeilik kan vind om te verstaan. Moeilike tekste is gewoonlik die gevolg van 'n te formele skryfstyl wat te veel moeilike woorde en sinne bevat. Tekste kan ook moeilik vir lesers wees as die skrywer terminologie gebruik wat lesers nie ken of verstaan nie. In die geval van die Jaarboeke, is die hipotese dat die dokument se styl te formeel, akademies en burokraties is.

Vraag 3: *Die skrywer van die teks het begrip vir voornemende studente wat hierdie teks moet lees, verstaan en toepas.*

Die vraag het te doen met die ekspressiewe boodskap, 'n belangrike element in De Stadler se IFP-model. Die ekspressiewe boodskap verwys na die beeld van die skrywer/sender. Meer spesifiek, verwys dit na die sender se gevoelens, opvattinge, norme, gesindhede en waardes. Sonder dat lesers dit besef, is hulle baie sensitief vir die beeld wat die sender oordra en dit

speel beslis 'n rol in die beeldvorming en -projeksie van die skrywer en dus die instansie. Wanneer 'n skrywer/sender opreg, betroubaar en simpatiek in 'n teks voorkom, sal dit bydra tot die sukses van die teks.

Die respondent kan dus saamstem met hierdie stelling en argumenteer dat die skrywer van die jaarboek begrip het vir die leser van die dokument. Die navorser se hipotese is egter dat die skrywer van die teks nie begrip het vir die leser van die Jaarboek nie. Die sender verteenwoordig die instansie, naamlik die US, en daarom sal 'n negatiewe ekspressiewe boodskap die beeld van die US ook negatief beïnvloed. Die antwoorde op hierdie vraag sal bewys of dit wel so is en of die US lei onder 'n swak ekspressiewe boodskap in die Jaarboeke.

Vraag 4: *Die teks laat my onwelkom en vervreemd voel.*

Elke teks laat 'n gevoel by 'n leser – dit kan wissel van 'n hartseer gevoel tot 'n ontstelde of selfs kwaad gevoel. Tekste moet poog om lesers welkom, gewaardeerd en belangrik te laat voel. Hierdie vraag verwys na die relasionele boodskap – nog 'n belangrike boodskap wat in tekste voorkom waarvan skrywers baie bewus moet wees.

Die relasionele boodskap verwys na die verhouding (“relation”) tussen die skrywer van die teks en die leser van die teks en veral hoe die sender hierdie verhouding benader. Die skrywer bestuur hierdie verhouding en kan sekere waardes en houdings aan die leser gee. Die leser/ontvanger kry 'n idee hoe die skrywer hom of haar sien. Dit is belangrik om daarop te let dat lesers baie gevoelig is vir hoe hulle aangespreek word in 'n teks.

Lesers wil gerespekteer en belangrik voel wanneer hulle 'n teks lees – asof die teks spesiaal op hulle gerig is. Weer eens kan lesers verskil van hierdie stelling en argumenteer dat hulle nie onwelkom en vervreemd voel nie, maar eerder welkom en gewaardeerd. Die hipotese is egter die teenoorgestelde – dat lesers vervreemd voel na die lees van die teks. Die relasionele

boodskap is 'n belangrike element van die IFP-model wat bydra tot die beeldvorming van 'n instansie.

Vraag 6: *Ek hou van die manier waarop die skrywer my aanspreek.*

Die vraag verwys spesifiek na die stylaspek van aanspreekvorme. Aanspreekvorme kan verwys na die gebruik van direkte verwysings soos wanneer die skrywer na die leser verwys as “jy” in plaas van die meer indirekte verwysing “die student” verwys of geen verwysing gebruik nie. Verwysings is meer mensgerig en laat die leser meer welkom en gewaardeerd in 'n teks voel. Aanspreekvorme word ook getoets in die laaste afdeling van die vraelys wanneer die respondent 'n keuse kan uitoefen tussen 'n teks met aanspreekvorme en 'n teks sonder enige aanspreekvorme. Die US Jaarboek maak nie gebruik van hierdie stylaspek nie – die studie wil toets of lesers aanspreekvorme in tekste verkies asook of dit bydra tot die verbetering van 'n teks.

Vraag 8: *Ek voel gemaklik met die manier waarop die inhoud van die brief geskryf is.*

Die manier waarop 'n teks geskryf word, verwys na die styl waarin die teks geskryf word – is dit informeel of formeel, is dit mensgerig of minder mensgerig, ens. Die vraag wil hoofsaaklik die formaliteit van die teks toets en uitvind of lesers die formele styl verkies of eerder 'n meer informele styl.

'n Jaarboek is gewoonlik 'n meer formele dokument, maar 'n jonger teikenmark sal waarskynlik 'n ietwat meer informele styl verkies. Die vermoede – en dit moet dan ook getoets word – is dat die ontwerper van hierdie dokument daarom 'n goeie balans tussen 'n formele en 'n informele styl moet probeer vind. Formaliteit vervreem ook die leser van die teks omdat dit heel dikwels die teks moeiliker maak om te verstaan, eenvoudig omdat die taalaanbod wat met formaliteit geassosieer word ook met moeilikheidsgraad te make het: formele styl word naamlik meestal gekenmerk deur langer sinne, die gebruik van passiefsinne (wat moeiliker is om te verwerk as hulle aktiewe eweknieë), en moeilike woorde (jargon, vakterminologie). Dit

sal die beeld van die instansie negatief beïnvloed as die styl van die teks nie gepas is vir die teikenmark nie.

Vraag 10: *Die teks laat my welkom voel.*

Vraag 10 is baie soortgelyk aan Vraag 4 – daarmee wil die navorser bewerkstellig of die antwoorde deurlopend dieselfde is of dalk inkonsekwent gaan wees. Die vraag verwys weer na die relasionele boodskap soos bespreek by Vraag 4.

Vraag 11: *Die Universiteit klink soos 'n gesagsfiguur.*

Die vraag toets die veronderstelde verhouding wat tussen die student en Universiteit geskep word en hoe die respondent hierdie verhouding ervaar. Dit verwys weer na die relasionele verhouding in die teks (Hagan, 2009:38). Word daar baie afstand geskep tussen die leser en die skrywer of tussen die voornemende student en die Universiteit? Universiteite is oor die algemeen formele instansies waar daar 'n redelike afstand bestaan tussen die instansie en sy studente. Dit is egter 'n tendens wat besig is om te verander, en een wat as ouderwets beskou word. Die vraag wil bepaal of die respondente nog die formele verhouding tussen hulle en die Universiteit ervaar en so verkies of nie.

Vraag 14: *Die manier waarop die skrywer na die Universiteit verwys word, laat my voel asof die Universiteit 'n gebou eerder as 'n menslike entiteit is.*

Die vraag toets hoe die verwysing na self in die teks die Universiteit se beeld reflekteer en watter houding die respondent teenoor hierdie bepaalde verwysing het. Die vraag verwys ook na aanspreekvorme. In plaas van om na die Universiteit te verwys as “die Universiteit”, kan die skrywer 'n meer mensgerigte aanslag probeer soos bv. “ons”.

Vraag 15: *Ek verstaan die teks en wat van my as voornemende student verwag word.*

Hierdie vraag stem ooreen met Vraag 2 wat die kognitiewe toegang van die teks getoets het. Soos alreeds genoem, is kognitiewe toegang 'n belangrike element in die IFP-model en daarom ook in die beeldvormingsproses van 'n instansie. Hierdie vraag wil die konsekwentheid van die respondente se antwoorde bevestig. Uiteindelik wil die studie bepaal of die dokument te moeilik is vir die teikenmark om te verstaan en om te weet wat van hulle verwag word.

Vraag 16: *Nadat ek die teks gelees het, is ek nóg meer opgewonde om by die US te gaan studeer.*

Hierdie vraag is belangrik omdat dit wil bepaal of die teks (uittreksel uit die Jaarboek) die respondent se beeld van die US in 'n negatiewe of positiewe manier beïnvloed het. Hierdie is seker die belangrikste vraag in die vraelys, omdat die hoofdoelwit van die studie is om te bepaal of die US Jaarboeke die beeld van die US beïnvloed, hetsy positief of negatief.

Vraag 17: *Beskryf die teks in 'n paar woorde.*

Hierdie oop vraag word gevra met die doel om kwalitatiewe data van die respondente te verkry. Daardeur sal die navorser 'n aanduiding kry oor die respondente se algemene gevoel oor die teks. Die respondent kry ook die geleentheid om verdere kommentaar oor die teks te verskaf.

3.5.1.2.2 Gemotiveerde-keuse-vrae

Die volgende vrae toets ook stylaspekte, maar staan bekend as gemotiveerde-keuse-vrae. In die vraelys, word daar twee tekste aan die respondent gegee, die oorspronklike teks en 'n gemanipuleerde teks. Die respondent moet een teks kies en sy/haar keuse motiveer.

Vraag 23:

Teks 1: Skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir die Universiteit inhou.

OF

Teks 2: Ons skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir ons, die Universiteit, inhou.

Hierdie vraag toets die stylaspek aanspreekvorme en meer spesifiek die verwysing na self. In hierdie vraag word die Teks 2 gemanipuleer deur gebruik te maak van die eksklusiewe *ons*, wat die leser uitsluit, maar die afstand tussen die leser en die skrywer (of instansie) heelwat meer verminder as die oorspronklike verwysing “die Universiteit”. Die oorspronklike verwysing naamlik “die Universiteit” kom streng en formeel voor, terwyl die verwysing na “ons” meer persoonlik en verwelkomend voorkom. Deur gebruik te maak van die “ons”-verwysing in Teks 2, word daar ook ‘n agent of onderwerp aan die sin gegee wat die sin meer persoonlik laat voorkom en die afstand tussen skrywer en leser verklein.

Vraag 24:

Teks 1: Laat aansoeke word egter op meriete oorweeg as daar steeds vakatures is.

OF

Teks 2: Die Universiteit sal jou laat aansoek oorweeg as daar steeds ongevulde koshuisplekke is.

In Vraag 24 word die stylaspek formaliteit getoets met spesifieke fokus op moeilike woorde en passiewe en aktiewe sinne in die teks. Die woord “vakatures” in die oorspronklike Teks 1 word meer eenvoudig gestel as “ongevulde koshuisplekke” in die gemanipuleerde weergawe. Dit is minder formeel en daarom waarskynlik makliker verstaanbaar vir ‘n jonger teikenmark. Daar is etlike voorbeelde in die US Jaarboek met moeilike en formele woorde wat moontlik vir ‘n jong teikenmark problematies kan wees.

Die gemanipuleerde weergawe is ook in die aktiewe sinsvorm, teenoor die passiewe sinskonstruksie in die oorspronklike teks. Passiewe sinne kom meer algemeen voor in meer formele tekste en is ook gewoonlik moeiliker om te verstaan. Soos in die vorige voorbeeld, gee die gemanipuleerde weergawe (die aktiewe sin) ook 'n onderwerp of agent aan die sin naamlik “Die Universiteit”. Met die gemanipuleerde weergawe, word die leser ook direk aangespreek wat die sin meer persoonlik maak. Vorige studies het bepaal dat lesers meestal aktiewe sinne verkies, omdat hulle dit makliker verstaan (Hagan, 2009:136).

Vraag 25:

Teks 1: Indien jy as eerstejaar voldoen aan die toelatingsvereistes van die program waarvoor jy geregistreer het, let op die volgende:

OF

Teks 2: Ten opsigte van eerstejaars wat voldoen aan die toelatingsvereistes van die program waarvoor hulle registreer:

In Vraag 25, word die stylaspek aanspreekvorme getoets met spesifieke verwysing na die direkte aanspreekvorm. In die gemanipuleerde weergawe (Teks 1) word die leser direk aangespreek deur die verwysing “jy”. In die US Jaarboeke, word daar nie van direkte aanspreekvorme gebruik gemaak nie. Die lesers word na verwys as “die student” of “die aansoeker”.

Direkte aanspreekvorme het tot die gevolg dat die skrywer die leser se aandag trek en hom/haar so by die teks te betrek. Deur betrokke te wees en te fokus op die doener sowel as die aksie, sal die leser dit makliker vind om te verstaan wat van hom/haar verwag word. Direkte aanspreekvorme in tekste maak die teks meer persoonlik en dit verklein ook die afstand tussen die skrywer en die leser van die teks. In die proses word die relasionele boodskap in die teks bevorder.

3.5.1.2.3 Eerste indrukke en uiterlike struktuur van die teks

Die volgende vrae toets die respondente se eerste indrukke en “look and feel” van die teks. Daar word gefokus op die uitleg en uiterlike struktuur en spesifieke elemente wat deel uitmaak van hierdie kategorieë.

Vraag 5: *Met die eerste oogopslag het die teks ‘n goeie indruk op my gemaak.*

Die eerste indrukke wat ‘n leser van ‘n teks en uiteindelik die dokument maak, speel ‘n belangrike rol in die vorming van opinies, houdings en uiteindelik die beeld van ‘n instansie.

Die eerste indrukke wat ‘n leser van ‘n teks het, verwys gewoonlik na die uiterlike struktuur van die teks. Uiterlike struktuur verwys na faktore soos die kantlyne, die opskrifte, die paragrawe ens.

Die uiterlike struktuur van ‘n teks is belangrik om die leser in die teks te help oriënteer om inligting in die teks te vind en sodoende dan die teks beter te verstaan. Dit dra by tot die fisiese asook die kognitiewe toegang tot die teks wat ‘n bydraende rol speel in die beeldvorming van ‘n instansie.

Indien die respondent saamstem met die stelling dat die teks ‘n goeie indruk op hom/haar gemaak het, sal dit die respondent se houding teenoor die US positief beïnvloed. Die respondent kan egter ook verskil met die stelling en dan sal die teks die respondent se beeld van die US negatief beïnvloed.

Vraag 7: *Dit is moeilik om die teks met die blote oog te volg.*

Hierdie vraag verwys spesifiek na die lang reëls wat in die teks voorkom as gevolg van die gebrek aan ordentlike kantlyne. Die vraag maak gebruik van ‘n enigsins vreemde formulering met die frase “blote oog”, maar juis daarmee wil die navorser die eerste byna sintuiglike waarneming van ‘n bladspieël wat te vol is, probeer vaslê. Tekste wat moeilik is om met die

blote oog te volg is moeilik om te lees. Dit versteur die leser se konsentrasie op die teks. Al hierdie faktore sal bydra tot 'n negatiewe houding teenoor die teks en uiteindelik die instansie.

Vraag 9: *Die inligting in die teks is opeengehoop en ingedruk.*

Die vraag verwys na inligtingsdigtheid – 'n belangrike strukturele element wat die sukses van 'n teks kan bepaal. Met die eerste oogopslag, is dit duidelik dat die teks 'n hoë inligtingsdigtheid het. Daar kom baie inligting op 'n bladsy voor. Hoë inligtingsdigtheid maak dit moeilik vir die leser om die teks te lees. Weer eens sal dit die beeld van die instansie negatief beïnvloed indien die respondent saamstem met die stelling.

Vraag 12: *Die opskrifte in die teks is duidelik en help my om inligting te vind.*

Opskrifte is 'n belangrike strukturele element waaraan ontwerpers van tekste deeglike aandag moet gee. Duidelike opskrifte oriënteer lesers in 'n teks in die proses om inligting te vind en ook om inligting te verstaan. Swak, onduidelike opskrifte maak die leesproses moeilik en deurmekaar en sal die leser laat met 'n negatiewe, gefrustreerde houding teenoor die teks.

Vraag 13: *Die manier waarop die teks uitgelê en gestruktureer is, maak die leesproses moeilik.*

Hierdie vraag verwys na die uitleg van die teks en of dit die leesproses vir die leser moeiliker of makliker maak. Die vraag wil bepaal of watter uitleg lesers verkies in 'n konteks waar die een variant 'n beter uitleg as die ander het, gebaseer op die aanvaarde kennis oor moderne en veral effektiewe tipografie. Die fokus op uiterlike struktuur in die studie is doelbewus gekies, omdat voornemende studente op die gebied 'n baie goeie bydrae kan lewer. Lesers is gewoonlik leke wat nie altyd presies kan identifiseer wat hulle pla in 'n teks nie. Die uiterlike struktuur is egter 'n visuele aspek wat lesers duideliker kan identifiseer, soos bv. 'n te klein teks, of 'n gebrek aan paragrawe, ens.

3.5.1.2.4 Gemotiveerde-keuse-vrae oor die uitleg

Die volgende vrae toets ook die uiterlike struktuur, maar staan bekend as gemotiveerde-keuse-vrae. In die vraelys, word daar twee tekste aan die respondent gegee, die oorspronklike teks en 'n gemanipuleerde teks. Die respondent moet een teks kies en sy/haar keuse motiveer.

Vraag 26:

Teks 1: Losies

1. Koshuisplasingbeleid

1.1 Uitgangspunte

- 1.1.1 Koshuisakkomodasie behoort as strategiese bate bestuur te word om suksesvolle studie te help verseker.
- 1.1.2 'n Eerste vereiste hiervoor is dat 'n positiewe leer-omgewing in koshuise geskep moet word.
- 1.1.3 Daar behoort onder andere verseker te word dat die studente wie se kanse op suksesvolle studie betekenisvol deur koshuisakkomodasie verbeter kan word, voorkeur kry by die toekenning van koshuisplekke (die "voorkeur"-kategorie(ë)).
- 1.1.4 Uitnemendheid en Diversiteit, wat mekaar nie uitsluit nie, behoort in gelyke mate voorkeur te kry by die toekenning van koshuisplekke.
- 1.1.5 Volgens die beginsel van gelyke regte behoort elke aansoeker wat aan die toelatingsvereistes van die US voldoen, 'n kans hê om koshuisakkomodasie te bekom.

1.2 Strategieë

- 1.2.1 Voorkeurkategorieë: Ons identifiseer kategorieë van studente wat akademies en sosiaal aan groter risiko's blootgestel is en gee by die toekenning en behoud van koshuisplekke voorkeur aan dié studente.
- 1.2.2 Ons skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir ons, as Universiteit inhou.
- 1.2.3 Ons bestuur die geleidelike groei van die voorkeurkategorieë in die lig van aanvraag en die sukses wat daarmee behaal word.

OF

Teks 2

Losies

1. KOSHUISPLASINGSBELEID

1.1 Uitgangspunte

- 1.1.1 Koshuisakkommodasie behoort as strategiese bate bestuur te word om suksesvolle studie te help verseker.
- 1.1.2 'n Eerste vereiste hiervoor is dat 'n positiewe leer-omgewing in koshuise geskep moet word.
- 1.1.3 Daar behoort onder andere verseker te word dat dié studente wie se kanse op suksesvolle studie betekenisvol deur koshuisakkommodasie verbeter kan word, voorkeur kry by die toekenning van koshuisplekke (die "voorkeur"-kategorie(ë)).
- 1.1.4 Uitnemendheid en Diversiteit, wat mekaar nie uitsluit nie, behoort in gelyke mate voorkeur te kry by die toekenning van koshuisplekke.
- 1.1.5 Volgens die beginsel van gelykberegtiging behoort elke aansoeker wat aan die toelatingsvereistes van die US voldoen, 'n kans te hê om koshuisakkommodasie te bekom.

1.2 Strategieë

- 1.2.1 Voorkeurkategorie(ë): Identifiseer kategorieë van studente wat akademies en sosiaal aan groter risiko's blootgestel is en verleen by die toekenning en behoud van koshuisplekke voorkeur aan dié studente.
- 1.2.2 Skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir die Universiteit inhou.
- 1.2.3 Bestuur die geleidelike groei van die voorkeurkategorie(ë) in die lig van aanvraag en die sukses wat daarmee behaal word.

Vraag 26 toets die aspek inligtingsdigtheid. Inligtingsdigtheid realiseer op twee maniere in 'n teks, nl. deur die hoeveelheid inligting wat per volume aangebied word, maar ook die digtheid van voorstelling. Dit verwys na hoe inligting in 'n teks versprei word deur die sigbare ontwerp van die teks. In die gemanipuleerde teks (Teks 1) word die inligting meer verspreid en duideliker uiteengesit. In enige teks is dit belangrik om die inligting so te versprei op die bladsy om die leesproses vir die leser te vergemaklik. Dit beteken dat daar steeds 'n sekere hoeveelheid wit op die bladsy behoue moet bly.

Vraag 27:

Teks 1:

Programinhoud en -struktuur

Besonderhede

Die program strek oor drie jaar en bestaan uit vyf eerstejaarsvakke, vier tweedejaarsvakke en twee en 'n halwe derdejaarsvakke plus twee metamodules. Die program lei tot nagraadse studie, met dien verstande dat aan die toelatingsvereistes vir nagraadse studie voldoen word.

Studente wat nie 'n Afrikataal as huistaal of as matriekvak gevolg het nie, moet Basiese Xhosa as vak kies. Studente met 'n Afrikataal as matriekvak of huistaal moet Afrikaans of English Studies as vak kies. Die student doen in elk van die twee hoofvakke 'n hoeveelheid werk wat daarop gerig is om die integrasie van die inhoude binne en tussen dié twee vakke te verhoog en om die koherensie van die program in sy geheel te bevorder. Hierdie werk, wat deel van die proses van geïntegreerde assessering vorm, kan verskeie vorms aanneem: (interdepartementele) seminare, skriftelike werkstukke, verskillende vorms van praktiese werk, ens.

Vir nadere inligting oor die keuse van modules by die vakke Politieke Wetenskap en Sosiologie, raadpleeg die Departemente Politieke Wetenskap en Sosiologie se inskrywings in Afdeling 6, "Module-inhoude".

OF

Teks 2:

7.2 Programinhoud en –struktuur

7.2.1 Besonderhede

Die program strek oor drie jaar en bestaan uit vyf eerstejaarsvakke, vier tweedejaarsvakke en twee en 'n halwe derdejaarsvakke plus twee metamodules. Die program lei tot nagraadse studie, indien daar aan die toelatingsvereistes vir nagraadse studie voldoen word.

As jy nie 'n Afrikataal as huistaal of as matriekvak gevolg het nie, moet jy Basiese Xhosa as vak kies. As jy egter 'n Afrikataal as matriekvak gehad het of as huistaal het moet jy Afrikaans of English Studies as vak kies. Jy doen in elk van die twee hoofvakke 'n hoeveelheid werk wat daarop gerig is om die samehang van die program in sy geheel te bevorder. Hierdie werk, wat deel van die proses van geïntegreerde assessering vorm, kan verskeie vorms aanneem: (interdepartementele) seminare, skriftelike werkstukke, verskillende vorms van praktiese werk, ens.

Vir nadere inligting oor die keuse van modules by die vakke Politieke Wetenskap en Sosiologie, raadpleeg ons Departementele Politieke Wetenskap en Sosiologie se inskrywings in Afdeling 6, "Module-inhoude".

In die laaste vraag op die vraelys, word die markerings van paragrawe getoets. In die gemanipuleerde weergawe (Teks 2), word die paragrawe duideliker gemarkeer. Paragrawe is 'n hulpmiddel in tekste wat die lesers help om die inhoud in die teks te ontsluit. Hoe duideliker paragrawe onderskei kan word, hoe makliker leesbaar word die teks en hoe vinniger kan die leser die verskillende brokke inligting van mekaar onderskei en verwerk.

3.5.1.2.5 Taakmatige vrae

Die vrae is gerig op Teks B, 'n uittreksel uit die Jaarboek Lettere en Wysbegeerte. Die respondente moet hulself voorstel dat hulle die kursus BA Menslike Hulpbronbestuur aan die US gaan studeer en dan op grond daarvan die volgende vrae beantwoord.

Vraag 18: *Hoeveel persent moet jy vir Wiskunde HG kry indien jy beplan om Statistiek 186 in jou eerste jaar neem?*

Die antwoord vir hierdie vraag is 50%. Die navorser wil seker maak of die respondent weet waar om na die inligting te soek en of dit duidelik genoeg is in die teks.

Vraag 19: *Hoeveel ekstra vakke moet jy in jou eerste jaar neem in hierdie kursus?*

Die antwoord op hierdie vraag is twee vakke. Weer eens wil die navorser bepaal of die respondente die antwoorde op die vrae maklik en vinnig kan beantwoord. Die kursusse en die vakke wat geneem word, is nog 'n vreemde verskynsel vir die voornemende studente. Die Jaarboeke is nie altyd duidelik in die definiering van konsepte en voorskrifte nie.

Vraag 20: *Hoeveel vakke gaan jy in jou tweede jaar altesaam hê?*

Die antwoord op hierdie vraag is vier vakke, omdat die student drie verpligte vakke moet hê en dan nog een vak moet byneem in hulle tweede jaar. Dit is so dat die vakkodes, krediete, modules en vakke die respondent effens verwar het in die afdeling. Die resultate sal in Hoofstuk 5 deeglik bespreek word.

Vraag 21: *Hoeveel ekstra modules met jy in jou derde jaar byneem?*

Die antwoord op die vraag is twee. Die vraag wil net soos die vorige vrae bepaal of die respondent kan onderskei tussen die vakke en die modules en of die inligting maklik is om te vind in die teks. Dit is belangrike inligting vir die respondent om te vind, verstaan en toe te pas.

Vraag 22: *Hoe maklik of moeilik was dit vir jou om die bogenoemde antwoorde vinnig te vind?*

Die vraag wil bepaal hoe die respondente die "toetsie" ondervind het. Was dit dus vir hulle maklik om die antwoorde vinnig te kry of eerder moeilik? Indien die antwoord op hierdie vraag meestal moeilik is, sal dit beslis belangrik wees vir die US om kennis hiervan te neem.

3.5.2 Pre-toets

Tydens die studie het die navorser 'n pre-toets met die vraelyste uitgevoer deur gebruik te maak van drie respondente. Hulle was wit vroulike respondente. Die invul van die vraelyste het hulle min of meer 20 minute geneem.

Tydens die pre-toets het hulle sekere foute uitgewys:

- Die vraag en die spasie waarop die respondente moet antwoord moet te alle tye op dieselfde bladsy wees (Vraag 23).
- Die numering van die vrae was ook ten tye van die pre-toets nie korrek nie (Afdeling C se Vraag 1 was gemerk as Vraag 6 en daarom was Vraag 2 in die afdeling Vraag 1 en dit het dus die volgorde van die vrae beïnvloed).
- Vraag 8 se bewoording was nie korrek nie – die navorser het verwys na die manier waarop die inhoud van die *brief* in plaas van die teks geskryf is.
- In Afdeling A het die navorser dit goed gedink om die verwysing na die respondente se *etniese groep* beter te verduidelik deur die woord *ras* in hakies by te voeg. Die pre-toets het hierdie onduidelikheid beklemtoon.
- Vraag 1 in Afdeling C het ook 'n fout gehad naamlik dat die respondent 10 beskrywings kry om hulle eerste indrukke van die teks te evalueer. In die vraag, het die navorser dit verkeerdelik aangehaal as slegs 8 beskrywings.
- By Vraag 24, het die navorser nagelaat om die aanhaling *op meriete* by te voeg in die gemanipuleerde teks, naamlik Teks 2. By hierdie selfde vraag, het die navorser ook die woord *ongevulde* twee maal herhaal.

Na afloop van die pre-toets, is dit dus duidelik dat sekere tegniese komplikasies en foute deur die drie respondente uitgewys is. Verder het die pre-toets ook verseker dat al die vrae behoorlik verstaanbaar was vir die respondente.

3.5.3 Prosedure van data-insameling

Tydens die studie is daar honderd-drie-en-twintig vraelyste aan honderd-drie-en-twintig respondente (voornemende studente) gegee met die samewerking van die personeel van die betrokke omgewings. Die respondente was almal Afrikaanssprekend en afkomstig van twee

skole naamlik Hoërskool Paarl Gimnasium en Hoërskool Luckhoff. Die vraelyste en die tekste is in Afrikaans aan die respondente gegee.

Die invul van die vraelyste het min of meer 20 minute geneem. Nadat al die vraelyste ingevul is, is die vraelyste statisties verwerk deur prof. Martin Kidd van die Sentrum vir Statistiese Analise van die Universiteit Stellenbosch.

3.6 Samevatting

Soos bespreek in die hoofstuk, het die metodologiese ontwerp van hierdie studie ten doel gehad om voornemende studente van verskillende agtergronde se beeld van die US te toets aan die hand van sekere dokumentontwerp-aspekte en deur middel van vraelyste. In die volgende hoofstuk word die funksionele analise van die tekste bespreek.

Hoofstuk 4: Funksionele teksanalise

4.1 Inleiding

Die IFP-model is deeglik uiteengesit en bespreek in Hoofstuk 2. In hierdie hoofstuk word die IFP-model toegepas op die gekose tekste. Die US Jaarboeke word eers oorsigtelik bespreek op basis van die model van Funksionele Teksanalise. Daarna gaan die navorser spesifiek fokus op analyses van Teks A, 'n uittreksel uit die Algemene Jaarboek, en Teks B, 'n uittreksel uit die Jaarboek Lettere en Wysbegeerte.

Soos alreeds in die vorige hoofstuk genoem is, word die US Jaarboeke volgens die model van Funksionele Teksanalise geëvalueer. Hierdie tipe analise word volledig beskryf in Pandermaat. Funksionele teksanalise is 'n noodsaaklike vaardigheid wat dokumentontwerpers moet bemeester. Teksanalise verwys na 'n bewustelik gestuurde aktiwiteit wat die aandag veral sterk vestig op die doelwitte en doelgroepe van 'n teks met die oog daarop om 'n funksie-omschrywing van die teks te bepaal op grond waarvan die teks ook beoordeel kan word. Funksionele Teksanalise het dus ten doel om tot nuwe insigte te kom aangaande die funksionering en effektiwiteit van tekste.

Vrae wat in dié verband gevra kan word, sluit die volgende in:

- Wat is die doel van die teks?
- Wie is die doelgroep van die teks?
- In watter konteks word die teks gepubliseer?

In die hoofstuk gaan daar daarom eerstens gefokus word op die doelwitte van die US Jaarboeke om sodoende te bepaal of die Jaarboeke in die doelwitte slaag. Daarna gaan daar gefokus word op die doel- of teikengroepe van die US Jaarboeke, 'n aspek wat 'n kritieke rol speel in die sukses van 'n dokument. Indien die dokumentontwerper weet wie die teikengroep is van die

dokument, sal dit die ontwerper in staat stel om die gepaste inhoud, styl, ens. in die dokument te gebruik. In die analise sal daar 'n seleksie gemaak word van bepaalde ontwerpaspekte wat veral betrekking het op die vermeende problematiese ontwerp van die jaarboeke – daar word dus nie noodwendig op alle aspekte binne die betrokke kategorieë gefokus nie. Die volgende breë kategorieë van ontwerp word van nader bekyk:

- Die inhoud van die US Jaarboeke en die vier deelboodskappe wat alreeds kortliks in vorige hoofstukke bespreek is
- Die uiterlike struktuur van die Jaarboeke
- die styl van die Jaarboeke.

Die analise van die betrokke tekste vind plaas teen die agtergrond van die volgende definisie van die begrip *teks* (De Stadler, 2009: ongepubliseerd)

'n Teks is 'n reeks taaluitings wat 'n **dialog** verteenwoordig tussen 'n skrywer en 'n leser/lesers. Hierdie reeks uitinge vertoon 'n duidelike **samehang** rondom 'n sentrale **tema** en dien gesamentlik ('n) meer spesifieke **kommunikatiewe doelwit(te)** en ('n) meer **algemene beleidsdoelwit(te)**. Die teks word binne 'n bepaalde **konteks** geskryf en moet ook binne hierdie konteks geïnterpreteer word.

Hierdie definisie beskryf die belangrikste elemente inherent in 'n teks. Die woorde in donkerder druk is die belangrikste elemente wat meer deeglik bespreek gaan word in die hoofstuk en ook toegepas gaan word op die dokument onder bespreking.

4.2 Posisionering van die Jaarboek as tekstipe

Jaarboeke kan primêr beskou word inligtingsdokumente en behoort min of meer in dieselfde kategorie as 'n prospektus.

Universiteite se jaarboeke bevat gewoonlik inligting soos watter personeel werk by die instansie, inligting aangaande kursusse, registrasie, losies, ens. In die volgende afdeling sal 'n meer deeglike beskrywing volg.

4.2.1 Doelwitte van die jaarboek

Elke dokument wat ontwerp word het eerstens een of meer kommunikatiewe doelwitte. Vyf kommunikatiewe doelwitte kan onderskei word (De Stadler, 2009:40):

- Informatiewe doelwit
- Instruktiewe doelwit
- Oorredende doelwit
- Motiverende motiverende
- Affektiewe doelwit

Jaarboeke het gewoonlik 'n informatiewe doelwit, die dokument het dus ten doel om inligting oor te dra aan die lesers. In die geval van die Algemene Jaarboeke, wil die skrywer (as verteenwoordiger van die US) inligting oordra oor temas soos die volgende:

- Die jaarlikse almanak van die US
- Die historiese agtergrond van die US
- Personeel in die akademiese departement
- Die Universiteitsraad, die senaat en die Institusionele Forum
- Grade, diplomas en sertifikate
- Toelating, registrasie en losies
- Universiteitseksamens

Dit is belangrike inligting wat die leser elke jaar moet kry en daarom is die jaarboeke van die Universiteit Stellenbosch belangrike dokumente wat 'n heel besondere koppelvlak vorm tussen instansie en student.

Nog 'n belangrike doelwit om in ag te neem, is die instruktiewe doelwit van die US jaarboeke. Die Jaarboeke verskaf ook instruksies aan lesers soos byvoorbeeld hoe om te werk te gaan met die registrasieproses of hoe om vakke vir 'n spesifieke kursus te kies. Die instruktiewe doelwit

van die jaarboeke maak daarvan 'n besondere voorbeeld van gedragsturende tekste, d.w.s. tekste wat die gedrag van die doelgroep op een of ander wyse bepaal of rig. Uit hierdie eienskap kan heel besondere tekse afgelei word wat veral te make het met die mate van interaksie wat die doelgroep met die betrokke tekste aanvoel. Omdat die doelgroep, as gevolg van die gedragsturing, minder neutraal staan teenoor die teks, moet daar naamlik juis meer aandag bestee word aan die wyse waarop skrywer en leser in die teks verreken word.

Die jaarboeke van die US het egter ook 'n ander gedragsturende doelwit, of behoort dit te hê. Hoewel dit as 'n sekondêre doelwit beskou kan word, kan jaarboeke naamlik ook funksioneer as oorredende dokumente. Die jaarboeke kan naamlik dien as bemarkingsprodukte vir die US en die produkte van die US, en reflekteer daarom ook op hierdie manier die beeld van die US na buite. Die jaarboeke is dikwels die eerste dokument wat voornemende studente en hulle ouers van die US sien, en daarom kan daar geargumenteer word dat die jaarboeke sentrale dokumente is wat ook die voornemende student moet oorreed om by die US te studeer. 28 000 studente studeer tans aan die Universiteit Stellenbosch – dit beteken dat ten minste een jaarboek deur 28 000 huishoudings gesien en gebruik word. Daar is ook nog 'n paar duisend voornemende studente wat die jaarboeke gebruik om 'n kursus te kies vir die volgende jaar en die jaar daarop. Die belangrikheid van die jaarboeke moet dus geensins onderskat word nie. Daarom moet daar besondere aandag gegee word aan die balans tussen hierdie verskillende kommunikatiewe doelwitte aangesien juis hierdie balans 'n uitwerking kan hê op die beeld wat die US uitstraal.

Die informatiewe doelwit asook die instruktiewe doelwit van die jaarboeke dien as die primêre doelwitte. Die oorredende doelwit is die sekondêre doelwit, wat waarskynlik 'n minder rol speel in meer saaklike dokumente van hierdie aard, maar nie daarom as minder belangrik geag moet word as die primêre doelwitte nie. In die geval van die jaarboeke, sal die US daarby baat om meer aandag te skenk aan hierdie spesifieke doelwit.

Vir elke dokument wat ontwerp word, is dit belangrik vir die ontwerper daarvan om goed na te dink oor die doelwit van die spesifieke dokument. Wanneer doelwitte onduidelik is, is dit dikwels die gevolg van senders wat self nie seker is oor die doelwitte nie. Vergissing kom voor wanneer die sender dink hy/sy is duidelik genoeg in die oordra van die doelwitte, maar dit nie werklik is nie.

In die geval van die jaarboeke, voldoen die dokument beslis in die informatiewe en instruktiewe doelwitte. Die oorredende, bemarkingsdoelwit verdien egter meer aandag.

Die US jaarboeke het egter ook 'n uiteindelijke doelwit (ook die beleidsdoelwit genoem): Die jaarboeke wil naamlik verseker dat studente uiteindelik die US kies as opleidingsinstansie, die korrekte keuses maak ten opsigte van hulle studierigting en op sinvolle, veral effektiewe wyse met die US se stelsels omgaan. Wanneer die jaarboeke nie hierin slaag nie, sal die beeld van die US noodwendig skade ly.

4.2.2 Teikengroep of doelgroep

Nadat die doelwitte van 'n dokument duidelik geformuleer is, moet die volgende belangrike vraag beantwoord word: *Vir wie skryf ek my teks?* Die aard van die teikengroep is een van die belangrikste faktore om in ag te neem tydens die strukturerings van 'n teks. Deeglike kennis van die teikenmark in enige instansie verseker sukses. Dit kan wissel van die verkoop van 'n nuwe produk tot die ontwerp van 'n dokument. In albei gevalle, moet daar deeglike navorsing gedoen word oor die profiel van die teikengroep om sodoende te weet op watter aspekte gefokus moet word. Die volgende vrae kan gevra word om die profiel van die lesers te bepaal (De Stadler, 2009:24):

- Wie is die lesers? Wat is hulle demografiese faktore? Ouderdom, geslag, kultuur ens?
- Wat is hulle kennis, houdings, waardes?

- Wat is hulle behoeftes of doelwitte?
- Wat is die verhouding tussen die skrywer en leser(s)?
- Wat is die beste medium om met hulle te kommunikeer?
- Wanneer is die mees geskikte tyd om met hulle te kommunikeer?

Deur hierdie vrae deeglik te beantwoord, kan die sender alreeds 'n redelike profiel van die teikengroep opstel. Die sender sal dan weet watter inligting in die dokument moet wees ten einde die betrokke teikengroep te bevredig. In die proses sal die sender moet rekening hou met die houdings en waardes van die teikengroep en sal die sender ernstig moet besin oor die verskillende aspekte wat deur bg. vrae gesuggereer word.

Daar is egter ook komplekse gevalle waar die teikengroep nie so maklik identifiseerbaar is nie. Hierdie moeilik identifiseerbare lesers kan in drie groepe verdeel kan word (De Stadler, 2009:30-31).

- Meerdere teikengroepe – dit kom voor wanneer verskillende doelwitte van 'n teks op verskillende teikengroepe afgestem is. In die meeste gevalle kan een of meer teikengroepe as primêre teikengroepe onderskei word. Ontwerpkeuses moet dan veral op hierdie groepe afgestem word.
- Skadulesers – hulle verteenwoordig nie die ware teikengroep nie, maar hulle kan of sal ook die teks wel lees. In die geval van die Jaarboeke verwys dit na die ouers van die studente wat toevallig ook na die Jaarboeke van die US kan kyk. Dit kan egter enige persoon wees wat die Jaarboek optel en bietjie nalees oor die kursusse wat aangebied word by die US.
- Heterogene doelgroepe – dit is 'n teikengroep word deur aansienlike diversiteit gekenmerk word. Die Jaarboeke van die US het beslis 'n heterogene teikenmark wat lesers insluit van verskeie agtergronde, rasse en ouderdomme. Daar studeer wit, kleurling, Indiër en swart studente aan die US. En die teikenmark sluit lesers in tussen

die ouderdomme van 17 jaar tot en met 60 jaar (dosente en ander personeel aan die US).

Vir enige instansie is dit belangrik om die allesoorheersende waarde van markgeoriënteerdheid in ag te neem, dit wil sê die betrokke instansie (asook die individu wat die organisasie verteenwoordig) moet gerig wees op sy kliënte. In die geval van die US jaarboeke is die primêre doelgroepe studente en voornemende studente, terwyl ander doelgroepe ouers, dosente, administratiewe personeel en ander betrokkenes as sekondêre doelgroepe gesien moet word.

Wanneer die skrywer hom rig op die ontvanger in 'n dokument, moet rekening gehou word met 'n paar veranderlikes:

- Die kennis van die ontvanger
- Die taalvaardigheid van die ontvanger
- Die ontvanger se behoefte aan inligting
- Die ingesteldheid van die ontvanger

In die geval van die US Jaarboeke, moet die sender o.a. in ag neem dat die voornemende student as leser geen of relatief min kennis besit van byvoorbeeld die studieprogramme wat aangebied word. Ook sluit die lesers voornemende studente tussen die ouderdomme van 16 en 18 jaar in wat nog nooit voorheen van konsepte soos krediete, vakkodes, ens. gehoor het nie. Hierdie gebrekkige kennis gaan dus onmiddellik 'n uitwerking hê op die begryplikheid en bruikbaarheid van die betrokke dokumente, iets wat onmiddellik 'n uitwerking kan hê op die beeld wat die dokumente uitstraal.

'n Groot gedeelte van die teikengroep bestaan uit jong mense tussen die ouderdomme van 16 jaar en 25 jaar (voornemende en huidige studente aan die US). Die taalvaardighede van jonger mense moet in ag geneem word in die ontwerp van die teks. Daarom moet die ontwerper van die dokument waak teen 'n té formele, moeilike teks wat die jong teikenmark moeilik sal vind

om te verstaan. Dit is egter die geval met die jaarboeke – die teks is in ‘n formele styl geskryf wat hoogdrawend en “amptenaraans” voorkom. Woorde soos “onus” (Algemene Jaarboek, 2010:257), “met dien verstande” ens. maak die teks moeilik om te lees, maar belangriker nog, moeilik om te verstaan vir jong mense. Aangesien die teikengroep ‘n groot behoefte het aan inligting, is dit van die uiterse belang dat hulle toegang tot die inligting het en dit sal verstaan.

‘n Ander aspek om ook in ag te neem met die ontwerp van ‘n dokument, is dat ontvangers of lesers veral sensitief is vir *hoe* hulle aangespreek word in ‘n teks. Enige mens het ‘n behoefte aan selfbeskikking en waardering/eiewaarde. Dit beteken dat lesers nie voorgesê wil word nie, maar eerder wil voel dat hulle in beheer is en hulle eie besluite kan neem. Skrywers moet ook daarteen waak om nie lesers te beledig in ‘n teks nie. Die US jaarboeke is geneig om af te praat met lesers – in ‘n manier wat die leser nie belangrik genoeg laat voel nie. ‘n Mens kry die gevoel dat die sender die leser laat voel dat hy/sy baie bevoorreg moet voel dat hy/sy in ag geneem is om by die US te kom studeer. Die geleentheid om by die US te studeer is dus nie ‘n reg nie, maar ‘n voorreg. Die volgende fragment uit die US Jaarboek is ‘n voorbeeld van taalgebruik wat oormatig streng, bevelend en superieur mag oorkom vir die jong leser van die betrokke dokument:

“Voornemende voorgraadse studente moet, nadat hulle die skooleindeksamen geslaag het, weer die kennisgewing oor toelatingsvereistes wat saam met hulle toelatingsbrief aan hulle gestuur is nagaan om seker te maak dat hulle aan die toelatingsvereistes van hulle beoogde programme voldoen, VOORDAT hulle vir registrasie as student by die Universiteit kom aanmeld.” (Algemene Jaarboek, p. 176)

“Geen voornemende student wat by die aanvang van die klasse nie oor die volle universiteitstoelating beskik sal tot ‘n graadprogram toegelaat word nie”.

Universiteite kan vandag nie meer bekostig om so ‘n houding te openbaar teenoor hulle kliënte, naamlik die studente nie, soos wat bewys is in die studie van Kazoleas et al (2007).

Die volgende belangrike vraag wat beantwoord moet word is die volgende - *Wie is die teikengroep van die jaarboeke van die US?*

Die jaarboeke is hoofsaaklik gerig op voornemende studente en huidige studente, met ander woorde, jongmense tussen die ouderdomme van 16 en 25 jaar. Voornemende en huidige studente se ouers en ander onmiddellike familie en vriende sal ook dalk die US jaarboeke bestudeer en hulle sal dus behoort aan die kategorie van sekondêre of skadulesers van die jaarboeke. Dosente, administratiewe personeel en aandeelhouders van die US sal ook van die jaarboeke gebruik maak en sal deel uitmaak van die heterogene teikenmark van hierdie dokument, maar kan as sekondêre doelgroepe geag word.

4.3 Inhoud

Die teikengroep van 'n dokument en die behoeftes van daardie teikengroep is belangrik sodat die inhoud van die dokument effektief aangebied kan word. Soos alreeds bespreek, verskaf die jaarboek inligting aangaande fakulteite, kursusse, taal van onderrig, dosente, assessering, ens., met ander woorde, alle inligting aangaande lewe aan 'n akademiese inrigting. Voornemende studente sowel as huidige studente het 'n behoefte aan hierdie inligting – inligting aangaande die kursusse wat hulle kan volg, die vakke wat hulle moet neem, die hoeveelheid krediete ens.

Die jaarboek moet inderdaad verder dien as 'n tipe *handleiding* vir die voornemende en huidige student – 'n handleiding waarna gereeld terugverwys kan word. Die teikengroep het byvoorbeeld 'n behoefte om hulp in die proses om 'n kursus kies en om dan daarvoor te registreer, en die jaarboek moet die student in hierdie proses akkommodeer deur die nodige leiding te gee. Om die student verder te akkommodeer, moet die jaarboeke die nodige inligting bevat wat die student benodig en benewens dit, moet die student die inligting kan vind, verstaan en toepas. Die US jaarboek moet daarom ten doel hê om gebruikersvriendelik te wees. Daarom sal elemente van bruikbaarheidstoetsing (usability testing) deel vorm van die metodologie in hierdie studie, soos reeds vroeër aangetoon is.

Hoe die inhoud aangebied word, word volledig bespreek in afdeling 4.6. In hierdie afdeling word daar gefokus op die vier deelboodskappe inherent in enige teks. Hierdie boodskappe is alreeds bespreek in Hoofstuk 2 onder die IFP-model, maar in hierdie hoofstuk gaan dit toegepas word op die betrokke dokumentasie met verwysing na tersaaklike voorbeelde.

4.3.1 Die vier deelboodskappe

4.3.1.1 Relasionele boodskap

Geskrewe kommunikasie is net soos verbale kommunikasie soortgelyk aan 'n dialoog tussen die skrywer en die leser. Daar bestaan inderdaad 'n verhouding tussen die skrywer van 'n teks en die leser van 'n teks. Skrywers gee gewoonlik nie genoeg aandag aan hierdie verhouding nie en dit kan negatiewe gevolge inhou vir die beeld van 'n instansie.

In die geval van die jaarboeke, verteenwoordig die skrywer die Universiteit Stellenbosch. Daar bestaan 'n verhouding tussen die US en die leser wat enigiemand kan insluit van 'n voornemende student, 'n bestaande student, 'n personeellid, tot by 'n aandeelhouer of 'ander rolspeler wat in verhouding tot die instansies staan. Ongeag wie die leser is, moet die US poog om 'n positiewe verhouding op te bou met die leser. Hierdie verhouding word weerspieël in die relasionele boodskap in 'n teks.

Die relasionele boodskap het naamlik betrekking op die verhouding tussen sender en ontvanger, en dit verrai die beeld wat die sender van die ontvanger het. In die geval van die US Jaarboeke, is die skrywer meestal afwesig of versteek agter die US wat voorkom as 'n ivoortoring wat "afkyk" na die leser. Daar bestaan nie 'n gelyke verhouding tussen die skrywer en die leser nie. Die US maak hulself skuldig aan die stereotipe wat veronderstel dat Universiteite ivoortorings is. In hierdie ivoortorings is die kundiges en geleerdes besig met hulle navorsing, terwyl hulle afkyk na die res van die samelewing. Hierdie verhouding word in die Jaarboeke uitgestraal wanneer die skrywer in formele, moeilike taal kommunikeer met die leser soos byvoorbeeld in die volgende sin:

“Die onus rus op die aansoeker om inligting rakende sy gestremdheid in die aansoek te verskaf” (Alg Jaarboek, p.256)

Die beeld wat die sender van die ontvanger in hierdie sin veronderstel, is nie baie positief nie. Die sender kom nie behulpsaam of uitnodigend voor nie, maar eerder bevelend, voorskriftelik en streng. Die sender aanvaar geen verantwoordelikheid vir die gestremdheid van die leser nie, maar maak dit duidelik dat die “onus” op die leser rus. “Onus” is ook ‘n woord wat nie meer baie in gebruik is in moderne tekste nie. Die leser word ook aangespreek asof die leser slegs manlik is, ‘n ouderwetse verskynsel wat nie meer gewildheid geniet in hedendaagse tekste nie. In plaas daarvan om ‘n vriendelike, hulpvaardige verhouding met die leser te skep, kom die verhouding voor as koud, streng en ongelyk. Die sender maak dit duidelik dat die ontvanger op sy eie is en self verantwoordelikheid moet neem as hy die voorreg wil geniet om by die US te studeer.

In die geval van die jaarboeke, is die skrywer nie bewus van hierdie belangrike verhouding nie. Lesers is baie gevoelig vir hierdie verhouding, al besef hulle nie regtig hoekom hulle soms onwelkom of ongewaardeerd of selfs beledig voel in sommige tekste nie. Die jaarboeke laat die leser soms minderwaardig en onintelligent voel wanneer ‘n sin twee of drie keer gelees moet word voor dit verstaan word. Die leser mag dalk ook nie die argaïese, formele woorde verstaan nie (soos “dien verstande”, “onus” (p.256) ens). Die teks mag frustrerend wees vir die leser, wat moedeloos die lang sinne moet probeer ontsyfer. Die volgende sin is ‘n goeie voorbeeld van lang, moeilik verstaanbare sinne wat frustrasie by die leser ontlok en wat daarom ‘n afstandige beeld kan uitstraal wat nie strook met die beeld wat die US graag wil uitstraal nie:

“Binne die raamwerk van diensbillikheid en ooreenkomstig die waardes van billikheid, deelnemendheid, deursigtigheid, diensbaarheid, verdraagsaamheid en onderlinge respek, toewyding, wetenskaplikheid, verantwoordelikheid en akademiese vryheid strewende die Universiteit daarna om personeel se waardigheid te respekteer, billike arbeidspraktyke te handhaaf, om oop en eerlik te kommunikeer, om personeel se reg op vrye assosiasie te respekteer, om ontwikkelingsgeleenthede vir personeel te skep en om ‘n veilige werksomgewing te voorsien” (Alg jaarboek, p.243).

Die frustrasie van die leser asook die onvermoë om die teks te verstaan, sal die beeld wat die leser van die US het, negatief beïnvloed.

4.3.1.2 Ekspressiewe boodskap

Die ekspressiewe boodskap gee inligting oor die beeld van die sender. Kom die skrywer voor as simpatiek, betroubaar, geloofwaardig, assertief en opreg? Soos bespreek hierbo, is daar nie 'n goeie verhouding tussen leser en skrywer nie. Daarom sal die beeld van die sender ook nie baie positief wees nie. Die sender kom voor as ongevoelig en onsensitief vir die behoeftes van die lesers. Die volgende sin is 'n voorbeeld van hierdie onsensitiwiteit:

Die onus rus op studente om die bewys van registrasie, wat hulle tydens die registrasieprogram ontvang en wat hulle program en modules vir die jaar bevat, te kontroleer om seker te maak dat hulle vir die korrekte program en jaargang (E = eerstejaar, N = nie-finalejaar en F = finalejaar) geregistreer is; al die modules wat in die betrokke jaar gevolg gaan word daarop verskyn; dit die korrekte module(s) is, dit wil sê nie bv. 122 as dit 112 moet wees nie, en dat daar nie botsings tussen enige van die geregistreerde modules op die klas- en toetsroosters voorkom nie (Alg. Jaarboek, p.181)

Die verantwoordelikheid in die sin word ten volle op die aansoeker geplaas, terwyl die skrywer geensins verantwoordelikheid aanvaar nie. Die skrywer kom dis nie simpatiek en behulpsaam voor nie, maar eerder streng en voorskriftelik. Behalwe vir die lengte van die sin, word dit ook in 'n bevelende, formele toon voorgestel wat indring op 'n leser se selfbeskikking, die vermoë om self besluite te neem. Die woord "onus" is 'n ouderwetse woord wat nie aanklank vind by jongmense nie. 'n Beter keuse sal wees om die woord te vervang met "plig" of selfs "verantwoordelikheid".

Uiteraard kan daar geargumenteer word dat jaarboeke saakliker dokumente is of selfs behoort te wees en dat 'n mens daarom kan verwag dat die ekspressiewe boodskap (die beelduitstraling) ook meer saaklik en op die punt af kan wees. Die teenargument hier sou wees

dat daar 'n in die meer resente verlede 'n verskuiwing is na 'n meer kliënt- of lesergesentreerde fokus, 'n posisie wat so 'n saaklike en dikwels minder vriendelike aanslag onder druk plaas.

4.3.1.3 Referensiële boodskap

Die *referensiële boodskap* verwys na die saaklike inhoud of inligting in die teks. 'n Dokument soos die US Jaarboek bevat 'n groot hoeveelheid relevante en belangrike inligting waarvan die lesers van die dokument moet kennis neem. 'n Geslaagde referensiële boodskap is eerstens wanneer die lesers van die teks toegang het tot hierdie inligting. Wanneer die lesers die inligting in die teks gekry het, is die volgende belangrike faktor dat hulle die inligting verstaan. Wanneer die lesers die inligting as interessant, relevant en belangrik beskou, is dit 'n teken dat die referensiële boodskap van die teks suksesvol is. Die volgende sin verskaf beslis 'n groot hoeveelheid inligting, maar weens die formaliteit en lengte van die sin, verstaan die leser die teks moeilik en vind die leser dit daarom minder toeganklik:

Al die eksaminatore (ekstern sowel as intern) moet 'n skriftelike, ondertekende verslag oor die proefskrif ooreenkomstig die betrokke fakulteitspesifieke riglyne vir eksaminatore van doktorsale proefskrifte inlewer, wat deur 'n onverbonden paneel – wat ooreenkomstig 'n interne prosedure soos deur elke fakulteitsraad bepaal aangewys word en wat die beskikbare eksaminatore insluit – in behandeling geneem word met die oog op die voorlegging van 'n aanbeveling aan die betrokke fakulteitsraad (Algemene Jaarboek, p.230).

Die inligting in dié sin is belangrik vir doktorsale studente, maar dit word op 'n moeilike en formele manier voorgestel. Die sin is lank, met talle ingebedde gedagtes, en daarom werklik moeilik om te verwerk. In 'n sin soos die bogenoemde, slaag die referensiële boodskap in die teks dus waarskynlik nie, want selfs die mees ervare leser moet dit waarskynlik herlees om te begin sin maak daaruit. Ten spyte daarvan dat al die nodige inligting verskaf word, loop die skrywer gevaar dat die leser dit waarskynlik moeilik sal vind om te verstaan.

4.3.1.4 Appellerende boodskap

Nog 'n boodskap is die *appellerende boodskap* van 'n teks – die doelwit van die boodskap. Die appellerende boodskap wat in 'n teks voorkom, het ten doel om 'n appél op die leser te maak om te reageer. Die skrywer van die teks wil dus hê die leser moet iets doen. Die teks maak daarom 'n beroep op die leser om iets te doen. Instruksies in tekste dien as 'n goeie voorbeeld om die appellerende boodskap te illustreer. In die volgende sin maak die skrywer van die teks 'n appél op die leser om iets te doen:

Kandidate moet gedurig in voeling met hulle promotor bly, en moet minstens al om die ses maande aan hom berig hoe ver hulle met hulle navorsing gevorder het, anders kan die goedkeuring van die onderwerp van die proefskrif en die studie vir die doktorsgraad ingetrek word (Algemene Jaarboek, p.231).

Wanneer kandidate hulle vir eksaminering aanmeld, moet hulle een losweg gebonde eksemplaar van hulle tesis vir elk van die betrokke studieleier/medestudieleier(s) en eksaminatore by hulle fakulteit inlewer (Algemene Jaarboek, p.221).

In die eerste bogenoemde sin, is dit duidelik dat die skrywer 'n appél maak op die leser om in kontak te bly met die promotor. Hierdie appél sal meer suksesvol wees indien die skrywer die leser meer direk aanspreek, juis omdat hier sprake is van gedragsturing, soos vroeër vermeld is. Daardeur sal die leser meer verantwoordelikheid aanvaar vir die appél wat op hom/haar gemaak word. Dieselfde geld ook vir die tweede sin. Die appél sal dus meer suksesvol wees in die geval.

4.4 Uiterlike Struktuur

Enige teks word eerstens beoordeel op grond van eerste indrukke. Hierdie eerste indrukke word o.a. bepaal deur die uiterlike struktuur van 'n dokument. Vir die gewone leser of leek, is hierdie evaluering die mees opvallende en vir navorsingsdoeleindes baie belangrik.

Vanuit 'n dokumentontwerper se perspektief, is die eerste indrukke van die jaarboeke nie positief nie. Die eerste indrukke wat 'n leser/gebruiker van die US kry, is een van onbegrip vir effektiewe uiterlike ontwerp en swak grafiese ontwerp. Die ontwerper van die jaarboek wou geld bespaar en het dus soveel moontlik inligting op 'n bladsy ingedruk, wat vroe laat ontstaan oor die aanwending van opskrifte, die ontwerp van paragrawe, die tipografiese spreiding van die teks oor die bladsy en dergelike meer. Die eerste indrukke van die dokument spreek van geldbesparing en swak kwaliteit, 'n stelling wat die beeld van die US groot skade kan berokken. In die studie het die navorser twee vroe in die vraelys oor eerste indrukke aan die respondente gevra – dit sal deeglik in Hoofstuk 5 bespreek word.

Die uiterlike ontwerp begin reeds by die ontwerp van die buiteblaaie van die jaarboeke. Die buiteblad is die leser se eerste kennismaking met die dokument en indirek ook met die Universiteit Stellenbosch. 'n Leser se eerste indrukke en houding word alreeds gevorm nog voor die dokument oopgemaak word. Hierdie indrukke speel 'n belangrike rol in die uiteindelijke vorming van 'n opinie en beeld van die US soos bepaal word deur die IFP-model. Indien die leser dus 'n negatiewe opinie vorm oor die buiteblad van die dokument, kan dit alreeds die leser negatief beïnvloed nog voor die leesproses begin het.



Figuur 4.1: Die buiteblad van die Algemene Jaarboek(links) en die Jaarboek Lettere en Wysbegeerte (regs)

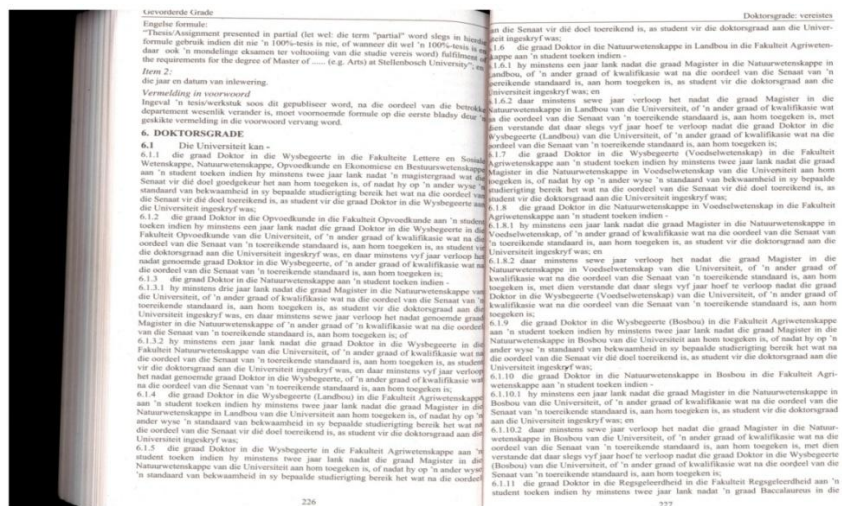
Die eerste indrukke van die buiteblad is een van swak grafiese ontwerp of selfs die gebrek aan grafiese ontwerp. Daar is slegs 'n illustrasie van 'n akkerblaar wat, hoewel dit wel 'n sterk simbool van die US is met sy assosiasie met Stellenbosch, stad van eike, is dit 'n uiters voorspelbare en eenvoudige keuse wat nie werklik die verbeelding aangryp nie. Die kleur van die Algemene Jaarboek vorm wel deel van die kleure van die US, maar die ander jaarboeke word uitgeken op grond van die verskillende kleure van die fakulteite. Dit is 'n oop vraag of 'n enkele kleur as samebindende element nie hier 'n beter keuse sou wees nie.

Die naam van die US is moeilik herkenbaar op die voorblad en onduidelik. Die naam staan aan die bokant op die voorblad. Eerstens word die naam baie klein afgedruk en tweedens word dit in 'n wit kleur afgedruk, wat op sommige agtergrondkleure moeilik is om te sien. Die ontwerper kan dit verbeter deur die naam van die instansie (Universiteit Stellenbosch) heelwat groter en duideliker voor te stel en ook om dit in 'n ander kleur voor te stel. Die leser moet onmiddellik weet dat dit 'n jaarboek van die US is. Dit is belangrik vir die leser om onmiddellik daardie assosiasie te kan maak. Indien daar enige twyfel bestaan by die leser oor watter instansie verteenwoordig word deur die jaarboek, kan dit ook die houding en uiteindelik die beeld wat die leser vorm van die US negatief beïnvloed.

Behalwe vir die Algemene Jaarboek, is daar verskillende jaarboeke – een vir elke fakulteit van die US. Die naam van elke spesifieke fakulteit word aan die onderkantse linkerhoek in 'n vertikale posisie voorgestel. Dit is nie 'n goeie ontwerperskeuse nie, omdat lesers horisontaal van links na regs lees en nie van onder na bo nie. Hoewel hierdie ontwerp anders is, is dit nie noodwendig leesbaar genoeg nie. Dit is 'n ontwerpkeuse wat met groot omsigtigheid aangewend moet word. Die oorblywende inligting op die voorblad is dat dit 'n Jaarboek is en die deel (1,2,3...). Hierdie inligting word in 'n grys kleur voorgestel en in hoofletters ('n swak ontwerpkeuse vir enige teks). Dit moet baie groter voorgestel word en verkieslik in 'n swart kleur en nie in hoofletters nie. Hooflettergebruik soos hier is ouderwets en die leesbaarheid van 'n titel of opskrif word ook daardeur beïnvloed.

Daar is dus baie min inligting wat op die voorblad aangebied word. Daarby word die inligting wat wel aangebied word, baie onduidelik aangebied. Alreeds op die voorblad van die Jaarboek, het die ontwerper van die dokument die geleentheid om die US te bemark en 'n positiewe beeld van die instansie uit te straal. Deur die instansie se naam, logo en motto duidelik voor te stel, kry die leser onmiddellik die gevoel dat dit 'n gevestigde, trotse en gerespekteerde instansie is. Die ontwerper moet ook probeer om 'n eenheid te skep op die voorblad, 'n eenheid van kleur, teks en teksgrootte. Lesers verkies 'n goed uiteengesette struktuur en hierdie struktuur moet herhaal word op al die jaarboekvoorblaaie.

Om die teks meer verwelkomend, uitnodigend en leersvriendelik te maak, kan grafika soos foto's van die US kampuslewe en die verskillende fakulteite op die voorblad aangebring word. Dit sal ook spreek van 'n instansie wat trots, vriendelik en uitnodigend voorkom. Dit sal die dokument meer geskik maak vir jongmense en hulle sal dit dan makliker vind om daarmee te assosieer.



Figuur 4.2: Voorstelling van die binnekant van die Algemene Jaarboek soos gesien deur 'n leser

As 'n leser die Jaarboek van die US sou oopmaak, is een van die eerste indrukke wat die leser kry, een van te veel inligting soos Figuur 4.2 baie duidelik wys. Daar is 'n redelike mate van *inligtingsdigtheid* wat enige leser onmiddellik moedeloos sal maak nog voor die leesproses begin. Die jaarboek het 'n "benoude", opeengehoorte teks. As gevolg van die feit dat die

tipografie in die teks so klein is, daar van min kantlynspasie gebruik gemaak word en ook die lynspasiëring, dra dit ook by tot die gevoel van benoudheid, en word die leesbaarheid van die teks onmiddellik negatief beïnvloed.

Die inligtingsdigtheid van die dokument is die gevolg van 'n gebrek aan ordentlike *kantlyne* in die dokument wat veroorsaak dat die reëls te lank is en dat van die teks wegraak op die dele waar die boek gebind word. Kantlyne maak 'n belangrike deel uit van uiterlike struktuur, omdat dit lesers help oriënteer deur netjiese, leesbare reëls te help vorm. Die veronderstelling is ook dat enige teks ten minste 40% wit moet behou van die bladsy. Andersins sal daar te veel inligting op die bladsy wees en sal dit die lees- en verstaanproses bemoeilik. Hierdie teks is 'n sprekende voorbeeld van te veel inligting op 'n bladsy. In die vraelys, het die navorser enkele vrae aan die respondent gestel aangaande die inligtingsdigtheid tesame met die gebrek aan kantlyne in die teks. Die resultate van die vrae word in die volgende hoofstuk deeglik bespreek.

Die inligtingsdigtheid van die teks het ook die ontwerpaspek van goed uiteengesitte *paragrafe* verontagsaam, daar is byna geen duidelik onderskei paragrafe nie, en daarmee kry die teks 'n soliede grys beeld wat die persepsie laat ontstaan dat die teks moeilik leesbaar sal wees. Paragrafe is noodsaaklik in enige teks, omdat dit lesers help om inligting te struktureer en daarom ook makliker binne te dring.

Die *opskrifte* in die teks is te klein en onduidelik en word gevolg deur te min spasie. Opskrifte moet prominent wees en uitstaan van die res van die teks. Dit kan selfs in 'n ander skrif tipe voorgestel word en nie soos in die geval van die jaarboek, in dieselfde grootte en skrif tipe as die res van die teks nie. Daar moet ook gewaak word teen opskrifte in hoofletters – dit is ouderwets en moeiliker leesbaar vanweë die mindere kontras in reekse hoofletters.

Die *justering* in 'n dokument is ook belangrik, veral as puntsgewyse prosedures of stappe opgenoem word. Dit skep 'n swak indruk wanneer die teks deurmekaar voorkom saam met die nommers soos in die geval van Teks A (kyk Bylae A). Links justering word gewoonlik aanbeveel.

Die *skrifgrootte* van die teks is leesbaar en groot genoeg, maar die skrifgrootte van die opskrifte en subopskrifte kan groter wees. Die *skrif tipe* is die algemene Times New Roman, 'n veilige, maar ietwat outydse skrif tipe. 'n Ander, meer moderne en lewendige skrif tipe sou gebruik kon word, veral deur tipes uit die sans serif-kategorie te oorweeg.

4.5 Styl

Styl kan gedefinieer word as die keuses wat die skrywer uitoefen met betrekking tot die *formulering* van die inhoud. Stylkeuses het dus meer te maak met hoe die inhoud aangebied word met betrekking tot dimensies soos formaliteit of moeilikheidsgraad. Die keuses het te make met die woorde, sinstruktuur en teksstruktuur en word bepaal deur die onderwerp, die kommunikatiewe doelwitte, die leserspubliek en die genre van die teks. Wanneer die styl van die teks verander, beïnvloed dit ook die inhoud.

Styl is 'n omvattende term wat 'n reeks aspekte insluit. Aspekte soos formaliteit, lewendigheid, menslikheid, konkretisering, personifikasie, inligtingsdigtheid en vaagheid is tipiese dimensies wat met styl geassosieer kan word. van hierdie aspekte gaan vervolgens bespreek word met betrekking tot die jaarboeke van die Universiteit Stellenbosch. Veral daardie aspekte wat duidelik 'n impak het op die beelduitstraling van die betrokke dokumente sal aandag geniet.

4.5.1 Formaliteit vs menslikheid

Jaarboeke is gewoonlik 'n meer formele dokument en word daarom juis in 'n meer formele skryfstyl aangebied. Aangesien die US jaarboeke se teikenmark grotendeels bestaan uit jong mense, moet daar egter gewaak word teen 'n té formele aanslag in die dokument. 'n Formele skryfstyl lei tot 'n groter afstand tussen die skrywer en die leser teenoor 'n meer menslike skryfstyl wat meer informeel en gemaklik voorkom. Die menslike skryfstyl bevat rolspelers soos die skrywer, leser(s), inklusiewe "ons" en ander mense wat die teks meer van toepassing maak

op 'n jonger mark. Die volgende sin is 'n voorbeeld van 'n formele skryfstyl in die Algemene Jaarboek:

“Die Universiteit sal waar moontlik adresse wat deur verhuurders voorsien word aan studente deurgee, maar die finale reelings moet regstreeks met die betrokke eienaar getref word” (Algemene Jaarboek, p.199).

Om die sin meer menslik te maak, kan dit soos volg verander word:

Ons sal waar moontlik adresse van verhuurders aan studente deurgee, maar die finale reelings moet met die betrokke eienaar getref word.

“Die Universiteit” is vervang met die meer menslike eksklusiewe “ons” in die verbeterde sin, en onnodige inligting soos “wat deur verhuurders voorsien word” word uitgelaat omdat dit die sin onnodig gekompliseerd maak. Tekste moet poog om meer mensgesentreerd te wees. Ten spyte daarvan dat die jaarboeke inligtingsbronne is, kan die teks meer menslik gemaak word deur elemente soos direkte aansprekings, deur die eksklusiewe “ons” te gebruik en ook deur die lesers meer in ag te neem. Tipiese voorbeelde van minder menslike skryfstyl in die US jaarboeke is byvoorbeeld die oormatige aanwending van passiefkonstruksies en naamwoordkonstruksies. Passiefkonstruksies steek die mense in 'n teks weg en dit is ook moeilik leesbaar. Naamwoordkonstruksies kom voor wanneer 'n selfstandige woord afgelei word van 'n werkwoord, 'n formuleringskeuse wat ook die menslike element (die doener, byvoorbeeld) en die handelingselement in die teks versteek en sodoende die teks meer star en minder menslik laat oorkom. Die volgende voorbeeld illustreer die effek besonder goed.

“Breë potensiaalverwesenliking en ekonomiese bemagtiging word nagestreef binne die raamwerk van gelyke toegang tot indiensneming, bevordering, opleiding en ontwikkeling”.

Die bogenoemde sin is 'n agenslose passiefsin met “Die Universiteit” is die afwesige onderwerp. 'n Verbetering op die sin sou soos volg lees:

“Die Universiteit strewende na breë potensiaalverwesenliking en ekonomiese bemagtiging binne die raamwerk van gelyke toegang tot indiensneming, bevordering, opleiding en ontwikkeling.”

In die verbeterde sin is die agent, “Die Universiteit”, nou skerp in fokus en die sin se menslikheidsfaktor word daardeur verhoog.

Die bogenoemde sin bevat te veel abstrakte konsepte soos *potensiaalverwikkeling*, *ekonomiese bemagtiging*, *indiensneming*, *bevordering*, *opleiding* en *ontwikkeling*. Hierdie woorde is die resultaat van nominalisering. Dit is verlaag ’n teks se menslikheidsfaktor aansienlik, omdat dit die werkwoorde of die aksies uit ’n sin neem en daarmee saam ook die menslike agente van hierdie handelinge. Sinne met so ’n opeenhoping van naamwoordkonstruksies is verder ook moeiliker om te verstaan omdat dit die inligtingsdigtheid van die teks aansienlik verhoog.

’n Oplossing vir die verskynsel van nominalisering is ’n vorm van konkretisering deur die werkwoordkonstruksie terug te bring en sodoende meer klem te plaas op die handeling en die rolspeler wat die handeling uitvoer. In plaas van “ekonomiese bemagtiging”, kan die Universiteit daarna streef om die “studente, dosente en personeel ekonomies te bemagtig”, of om hulle “indiens te neem, te bevorder, op te lei en te ontwikkel”. Hierdie tegniek verhoog die mensgerigtheid van die teks en maak die teks aansienlik leesbaarder, twee faktore wat beslis ’n uitwerking sal hê op die beelduitstraling van die teks.

4.5.2 Persona en menslikheid

’n *Persona* is ’n argetipiese voorstelling van die persoonlikheid wat ’n skrywer of leser sou kon hê (Coney & Steehouder, 2000). Dit kom voor wanneer persoonlikheid gegee word aan die rolspelers van ’n teks of wanneer ’n karakter geskep word vir die skrywer of lesers. Deur die persona van die skrywer of lesers in ag te neem, maak skrywers die teks meer menslik. Skrywers skryf gewoonlik namens ’n instansie. In hierdie geval is die instansie die Universiteit Stellenbosch. Deur aan die instansie ’n meer simpatieke persona toe te ken, kan die beeld van die Universiteit aansienlik verbeter word. Die persona wat dikwels spreek uit die jaarboeke van die US, is eerder ’n saaklike, afstandige en dikwels minder simpatieke rolspeler.

Tekste moet geskryf word met inagneming ook van die persona van die lesers en hoe die leserspersona met die skrywerpersona interakteer. Die lesers van die jaarboek het die persona van 'n verwarde, oningeligte jong student wat leiding en inligting soek in die jaarboek. Die persona van die skrywer kom streng, gesaghebbend en outoritêr voor in die US Jaarboeke. In die volgende sin wat gerig is op spesiale studente, studente wat te min HEMIS-krediete het om in die koshuis aan te bly, kom die persona van die Universiteit nie besonder simpatiek oor nie:

“Spesiale studente is nie geregtig op plek in 'n koshuis nie, behalwe in gevalle waar niemand meer op die waglys is nie. 'n Student wat aandui dat hy bv. vir 'n nagraadse program gaan registreer en dan as spesiale student registreer, sal versoek word om die koshuis onmiddelik te verlaat met volle finansiële aanspreeklikheid indien 'n geskikte plaasvervanger nie gevind kan word nie” (Algemene Jaarboek, p.191).

Die jaarboek en die skrywer daarvan moet dien as 'n behulp same gids, en inligtingsbron wat die leser kan akkommodeer en lei in die keuse van 'n studierigting en die registrasieproses. Die skrywer van die Jaarboek se persona moet dus begeleidend en behulp saam wees, iemand wat die leser akkommodeer in die leesproses.

4.5.3 Lewendigheid

Lewendigheid word in 'n teks bewerkstellig wanneer die skrywer die sintipes afwissel asook die volgorde en woordkeuses bietjie afwissel. Die gebruik van metafore in 'n teks is ook 'n manier om die lewendigheid van die teks te verhoog. Dit lei daartoe dat die leser 'n teks twee maal sal lees en daarom veroorsaak dit dus 'n dubbele kognitiewe effek of nog 'n interpretasie proses. Metafore in 'n teks maak die teks meer versterkend omdat metafore 'n beeld veronderstel wat mens dikwels twee keer laat dink.

Tekste wat “sintuiglik” geskryf word, kom ook gewoonlik meer lewendig voor. Styl gaan oor “hoe” die leser 'n teks ervaar. Die ontwerper van die Jaarboeke maak nie baie gebruik van

stylaspekte wat lewendigheid bevorder nie. Die teks is koud en formeel en het 'n redelike saai uitstraling wat lewendigheid betref.

4.6 Grafiese en tipografiese ontwerp

Grafika verwys na elemente in 'n teks soos illustrasies, tabelle, inhoudsopgawes, en indekse. In die jaarboeke van die US, is daar 'n groot gebrek aan goeie grafiese ontwerp, afgesien van 'n paar tabelle wat voorkom.

Voorbeelde van swak grafiese ontwerp sluit in die Inhoudsopgawe in die Algemene Jaarboek van die US. Die eerste steurnis in die Inhoudsopgawe is dat die hele teks in hoofletters is, wat 'n swak keuse is vir enige dokument. Dit is ouderwets en nie vriendelik op die oog van 'n leser nie. Lesers verkies normale teks met dalers en stygers, omdat die mens se oog spring terwyl gelees word. Nog 'n steurnis in die teks, is die gebrek aan spasie tussen die hoofpunte. Die belangrikste punte in die inhoudsopgawe is vet gedruk. Die subopskrifte onder die hoofopskrifte is dieselfde grootte, maar nie in vetdruk nie. Dit is dus die enigste onderskeid wat getref kan word.

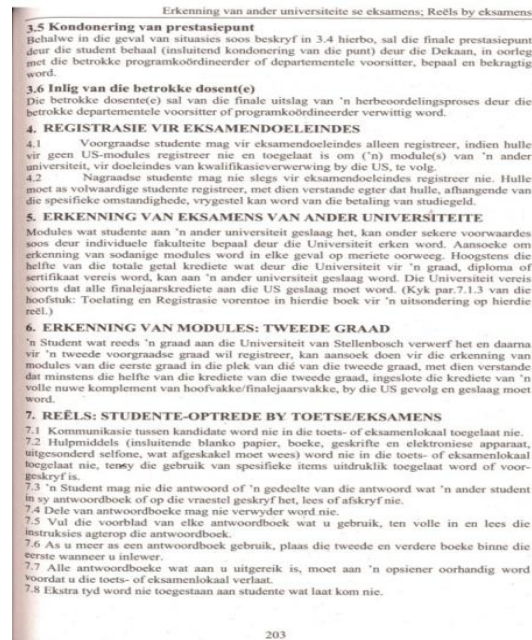
Inhoudsopgawe	
Kyk p. 293 vir alfabetiese Indeks.	
ALGEMENE INLIGTING	5
KANSELIERSMEDALJEWENERS	15
VERKLARING VAN TYDSINDELINGSIMBOLE	17
ALMANAK 2010	18
JANUARIE 2010	18
FEBRUARIE 2010	23
MAART 2010	25
APRIL 2010	27
MEI 2010	30
JUNIE 2010	32
JULIE 2010	34
AUGUSTUS 2010	36
SEPTEMBER 2010	38
OKTOBER 2010	40
NOVEMBER 2010	42
DESEMBER 2010	45
UNIVERSITEIT VAN STELLENBOSCH: HISTORIESE AGTERGROND	48
KANSELIER	50
BESTUURSPAN VAN DIE REKTOR	50
KONVOKASIE	50
DIE UNIVERSITEITSRAAD	51
KOMITEES VAN DIE RAAD	52
DIE SENAA	53
KOMITEES VAN DIE SENAA	58
DIE INSTITUSIONELE FORUM	60
PERSONEEL IN AKADEMIESE DEPARTEMENTE	61
FAKULTEIT LETTERE EN SOSIALE WETENSKAPPE	61
FAKULTEIT NATUURWETENSKAPPE	72
FAKULTEIT OPVOEDKUNDE	81
FAKULTEIT AGRIWETENSKAPPE	85
FAKULTEIT REKSGELEERDHEID	92
FAKULTEIT TEOLOGIE	94
FAKULTEIT EKONOMIESE EN BESTUURSWETENSKAPPE	97
FAKULTEIT INGENIEURSWETENSKAPPE	106
FAKULTEIT GESONDHEIDSWETENSKAPPE	115
FAKULTEIT KRYGSKUNDE	138
STELUNDIENSPERSONEEL	141
1. REKTOR SE BESTUURSPAN	141
2. AFDELINGS	142
2.1 AKADEMIESE ADMINISTRASIE	142
2.2 AKADEMIESE STEUN	146
2.3 BIBLIOTEEK- EN INLIGTINGSDIENS	149

Figuur 4.3: Inhoudsopgawe in die Algemene Jaarboek

Die algehele inhoudsopgawe kom net soos die res van die teks in die jaarboek voor as opeengehoop en benoud. Daar is te veel inligting in die inhoudsopgawe net soos in die res van die Jaarboek. Deur die inligting eweredig en goed uiteen te sit, sou die ontwerper van die Inhoudsopgawe meer bladsye moes gebruik, maar dit sou die Inhoudsopgawe meer lesersvriendelik gemaak het.

Wat illustrasies betref in die Jaarboeke, is daar net op die eerste bladsy 'n voorstelling van 'n akkerblaar. 'n Jaarboek is gewoonlik 'n meer formele dokument van 'n instansie en daarom is oormatige illustrasies en foto's nie gepas in so 'n dokument nie. Wat egter aanbeveel kan word in hierdie dokument, is die meer verbeeldingryke gebruik dat die US se logo (soos op die voorblad) op elke bladsy in die dokument. Die teks kan verder baat by die aanwending van grafiese materiaal, nie alleen om die teks te verlewendig nie, maar ook om die teks beter te struktureer.

Duidelike en prominente opskrifte help ook om lesers in 'n teks te oriënteer. Dit sal uiteindelik ook die leser help om die teks beter te verstaan en sodoende sal die leser 'n positiewe afleiding maak van die beeld van die instansie. Opskrifte moet geonderskei word van die res van die teks – dit moet daarom groter wees en beklemtoon word deur dit byvoorbeeld te vergroot of donkerder te maak. 'n Ander skrif tipe sal ook help om die opskrifte te onderskei van die res van die teks.



Figuur 4.4: Opskrifte in die Algemene Jaarboek.

In die US Jaarboeke, word daar nie baie aandag geskenk aan hierdie aspek nie. Opskrifte kan slegs onderskei word van die ander teks omdat dit in hoofletters is en in donkerder gedruk word. Opskrifte wat in hoofletters voorgestel word is nie 'n goeie ontwerpskeuse nie, omdat die menslike oog die dalers en stygers van gewone skrif verkies. Die oog spring terwyl die leser die teks lees en daarom is dit moeiliker vir 'n leser om opskrifte in hoofletters te lees. Opskrifte is ook nie altyd konsekwent nie en dit vorm nie 'n samehangende eenheid in die teks nie. Dokumentontwerpers moet daarna streef om opskrifte so feitelik as moontlik te maak en abstrakte opskrifte wat moeilik verstaanbaar is te vermy. Voorbeelde verwys na die subopskrifte onder punt nr. 3 – Herbeoordeling van Eksamenantwoordskrifte:

- 3.1 Algemene Bepalings
- 3.2 Interne herbeoordeling
- 3.3 Eksterne herbeoordeling
- 3.4 Dispuutresolusie
- 3.5 Kondonering van prestasiepunt

Hierdie subopskrifte bestaan uit abstrakte woorde wat nie vir die leser deeglik beskryf wat gaan volg in die teks nie. Voornemende studente sal dit moeilik vind om hierdie opskrifte te verstaan.

Die tabelle wat wel in die Jaarboeke gevind word, word dikwels ingedruk tussen die teks op 'n bladsy. Daar word te veel kolomme en reëls in die tabelle ingedruk om spasie in die dokument te bespaar. Weer eens maak dit dit moeiliker vir die leser om die teks te volg en te verstaan. In sommige tekste, sal die leser daarby baat as daar tabelle in die teks bygevoeg word soos op bladsy 172 tot 175 in die Algemene Jaarboek waar die verskillende grade en diplomas in die verskillende departemente uiteengesit word.

The image shows two pages from the Algemene Jaarboek, specifically pages 172 and 173, which contain tables of academic degrees and diplomas. The left page (172) is titled 'Grade, Diplomas en Sertifikaat' and lists various degrees in the Faculty of Arts and Sciences. The right page (173) is also titled 'Grade, Diplomas en Sertifikaat' and lists various degrees in the Faculty of Education and Health Sciences. Both pages have a table structure with columns for the degree name, the awarding institution, and the minimum duration in years.

Benoeming	Afhourig	Minimale duur (jare)
LETTERE EN SOSIALE WETENSKAPPE		
Grade		
Baccalaureus in die Lettere en Wysgerige	BA (UK)	3
Baccalaureus in die Lettere en Wysgerige in Visuele Kanse	BA (UK) (Ed)	4
Baccalaureus in die Lettere en Wysgerige in Visuele Kanse (Education)	BA (UK) (Ed)	4
Baccalaureus in Drama	BDram	4
Baccalaureus in Musiekaple Werk	BMus	4
Baccalaureus in die Musiek	BMus	4
Baccalaureus in die Wysgerige	BMus	4
Honours-Baccalaureus in die Lettere en Wysgerige	HonBA	4
Honours-Baccalaureus in die Visuele Kanse	HonBA (UK)	4
Honours-Baccalaureus in die Drama	HonBDram	4
Honours-Baccalaureus in die Musiek	HonBMus	4
Magister in die Wysgerige	MPhil	2
Magister in die Lettere en Wysgerige	MA	2
Magister in die Lettere en Wysgerige in Visuele Kanse	MA (UK)	2
Magister in Drama	MDram	2
Magister in Musiekaple Werk	MMus	2
Magister in die Musiek	MMus	2
Doktor in die Wysgerige	PhD	3
Sertifikaat en Diploma		
Hof-Sertifikaat in Geneeskundeontwikkelingsgrade	HSCGP	1
Hof-Sertifikaat in Musiek	HSM	1
Diploma in Musiek	DLM	1
Hof-Lisensaat in Musiekvoering	HLV	1
Nagrade Diploma in Musiek en Evolusie	NDME	1
Nagrade Diploma in Operatiewe Gesondheidsgrade	NDG	1
Nagrade Diploma in Verpleging	NDV	1
*Onderwerp aan goedkeuring deur die owerheid		
NATURWETENSKAPPE		
Grade		
Baccalaureus in die Natuurwetenskappe	BSc	3
Honours-Baccalaureus in die Natuurwetenskappe	HonBSc	4
Magister in die Wysgerige	MPhil	2
Magister in die Natuurwetenskappe	MSc	2
Doktor in die Wysgerige	PhD	3
Doktor in die Natuurwetenskappe	PhD	3
Diploma		
Nagrade Diploma in Natuurwetenskappe (Wiskunde Wetenskappe)	NDW (WiskWet)	1
OPVOEDKUNDE		
Grade		
Baccalaureus in die Opvoedkunde in Opvoed-	BEd (Opv)	4

Figuur 4.5: 'n Voorbeeld aan 'n tekort aabn tabelle en struktuur in die Algemene Jaarboek.

Wat die tipografie in die dokument betref, maak die ontwerper gebruik van die Times New Roman lettertype, wat 'n veilige skriftype is, maar wel ietwat ouderwets. In 'n dokument soos die Jaarboek wat meer formeel is, is hierdie skriftype waarskynlik 'n gepaste keuse, maar eksperimentering met moderner lettertypes veral uit die sans serif-kategorie kan wel lei tot die verander van die beeld van die teks. Die grootte van die teks is redelik leesbaar. Die respondente in die studie het egter kommentaar gelewer op die fontgrootte van die teks. Volgens hulle is die fontgrootte te klein.

Daarom moet daar meer gefokus word op aspekte soos goeie grafiese struktuur in die vorm van indekse en tabelle om die leesproses vir die leser te vergemaklik. In 'n dokument wat so baie

inligting moet deurgee soos die Jaarboek, is dit van die uiterse belang om hierdie inligting duidelik te struktureer en van behoorlike tipografie te voorsien.

4.7 Bespreking van Teks A met spesifieke verwysing na die uiterlike struktuur en stilistiese elemente waarop gefokus word in die studie

4.7.1 Analise van Teks A

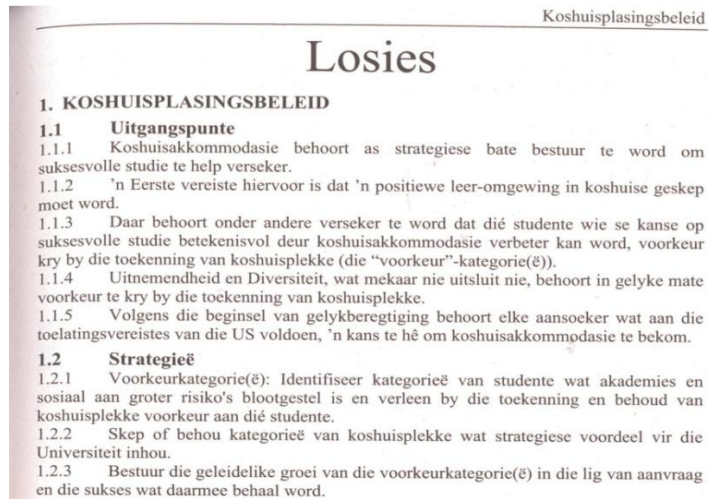
Die gebruik van uiterlikestruktuur- en stilistiese elemente en die effek wat hulle het op die gebruikersvriendelikheid van die teks het, word in hierdie afdeling verduidelik aan die hand van voorbeeldmateriaal wat gehaal is uit Teks A (kyk ook Bylae A).

4.7.1.1. Uiterlike Struktuur: Kantlyne, Opskrifte en Paragrawe

Die uiterlike struktuur van 'n teks is belangrik omdat dit die eerste indrukke van die leser bepaal. Die eerste indrukke wat 'n leser van 'n teks en uiteindelik die dokument het, speel 'n belangrike rol in die vorming van opinies, houdings en uiteindelik die beeld van 'n instansie. Die uiterlike struktuur sluit baie elemente in, maar in die studie word slegs op die bogenoemde gefokus.

Die uiterlike struktuur van 'n teks is ook belangrik om die leser in die teks te help oriënteer om inligting in die teks te vind en sodoende dan die teks beter te verstaan. Die uiterlike struktuur dra by tot die fisiese asook die kognitiewe toegang tot die teks wat dus ook 'n bydraende rol speel in die beeldvorming van 'n instansie.

In die teks by Figuur 4.6 kan daar alreeds etlike swak strukturele aspekte geïdentifiseer word. Hierdie strukturele aspekte word afsonderlik in die volgende afdeling bespreek.



Figuur 4.6: 'n Gedeelte uit Teks A van die Algemene Jaarboek met die fokus op die opskrifte.

4.7.1.1.1 Opskrifte

Duidelike en prominente opskrifte oriënteer die leser in 'n teks. Dit vergemaklik die fisiese toegang tot 'n teks. In die proses bewerkstelling duidelike opskrifte ook kognitiewe toegang vir die leser.

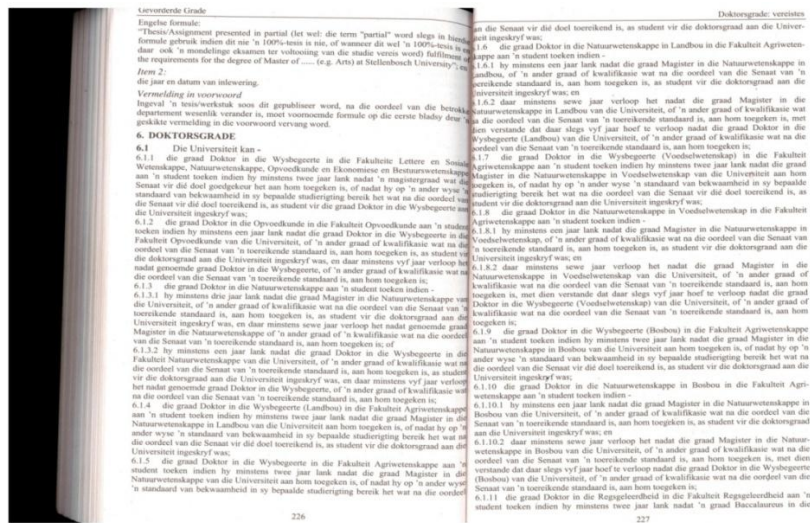
In die Figuur 4.6 is dit duidelik dat die opskrifte nie genoeg beklemtoon word nie. Dit staan nie genoeg uit van die res van die teks nie. Ontwerpers van tekste moet doelbewus opskrifte beklemtoon deur dit groter te maak, donkerder te maak of in sommige gevalle selfs te onderstreep (hierdie ontwerpseuse word egter deesdae as ouderwets beskou). In hierdie voorbeeld, is die subopskrifte dieselfde grootte as die teks, dit is slegs vet gedruk. Die opskrif is ook dieselfde grootte, maar dit is in hoofletters en ook vet gedruk. Dit is 'n swak en ietwat ouderwetse ontwerperskeuse vir opskrifte wat die leesproses vir lesers bemoeilik, want hoofletters wat so in serie gebruik word, bied te weinig kontras.

Opskrifte word ook beter beklemtoon wanneer daar die nodige spasie is tussen opskrifte en die teks wat daarop volg. Deur die opskrifte duidelik te maak in 'n teks, sal die algehele struktuur van die teks verbeter. Dit sal die leesproses vir die leser vergemaklik, en dus die leser se

houding oor die kommunikasie van die instansie positief beïnvloed word – en uiteindelik die beeld van die instansie verbeter.

4.7.1.1.2 Kantlyne

Kantlyne is 'n belangrike strukturelement wat altyd in ag geneem moet word by die ontwerp van 'n teks. Kantlyne bewerkstellig 'n goeie, uiteengesette en netjiese struktuur. Dit dra ook by tot die persentasie wit (40%) wat elke teks vereis. Duidelike kantlyne maak ook die reëls korter – wat voordelig is om te lang reëls te voorkom. Tekstreëls moet verkieslik in die omgewing van 60 karakters bevat, anders raak dit te moeilik vir lesers om die teks te volg met die blote oog. Kantlyne is ook nodig om bindspasie in 'n boek te verseker – soos wat nie die geval is in die US Jaarboeke nie.



Figuur 4.7: 'n Uittreksel uit die Algemene Jaarboek met die fokus op die gebrek aan duidelike kantlyne.

In hierdie voorbeeld, wat hier voorgestel word presies soos wat die leser dit sal ervaar, is dit duidelik dat daar nie goeie, duidelike kantlyne in die Algemene Jaarboeke van die US is nie. Daar word nie genoeg wit spasie gelos om die teks te bind nie en die bladspieël is dus so vol dat die teks werklik ondeurdringbaar voorkom. Dit is daarom moeilik vir die leser om die teks te lees omdat 'n deel van die teks selfs wegraak in die vou van die boek. Hierdie aspek verwys na die ergonomie van 'n teks, wanneer dit fisies moeilik is vir die leser om die teks te lees. Sonder

duidelike kantlyne, is daar ook te veel teks in die dokument soos in die Figuur 4.7 duidelik gesien kan word. Kantlyne speel dus 'n belangrike strukturele funksie in enige teks en is veral belangrik om 'n teks meer gebruikersvriendelik vir die leser te maak.

4.7.1.1.3 Paragraawe

Elke teks het 'n bepaalde tema waaroor die teks handel. In die geval van die US Jaarboeke, is die onderliggende tema van al die Jaarboeke, die Universiteit Stellenbosch. Ten spyte daarvan dat elke sin sy eie betekenis oordra, bestaan 'n teks nie net uit sinne nie, maar eerder uit die ontwikkeling van die algehele tema in subtemas. Hierin speel afdelings en paragraawe 'n baie belangrike rol in 'n teks, juis om die leser te help om die inhoudelike struktuur te ontsluit.

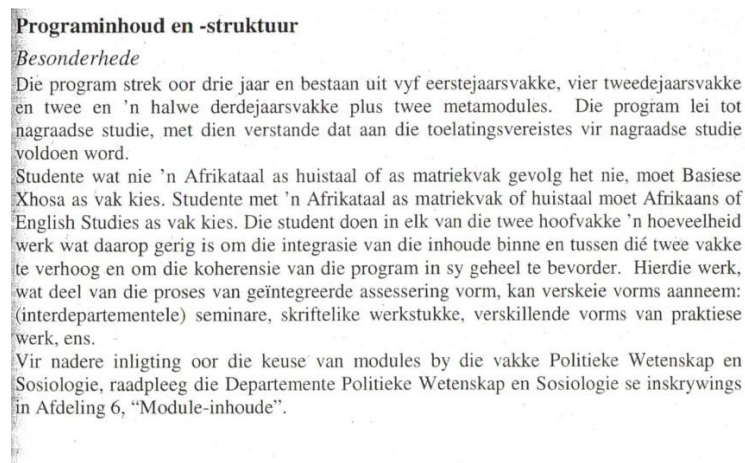
Johan Combrink gee 'n aantal wenke in sy boekie *Hoe om paragraawe te skryf* (Tafelberg, 1995) oor paragraafontwikkeling in tekste. Volgens Combrink (1995) is elke paragraaf in werklikheid 'n klein teks met sy eie samehang. Om 'n goeie paragraaf te skryf, moet die volgende aspekte in ag geneem word (De Stadler, 2009:108).

- Elke paragraaf moet een hoofgedagte verwoord wat bekend staan as die tema van die paragraaf.
- Die verskillende gedagtes in die paragraaf moet 'n logiese geheel vorm wat bewerkstelling word deur logiese verbande soos kohesie en koherensie.
- Die hoofgedagte van die paragraaf word gewoonlik in 'n opvallende stelling aan die begin oorgedra. Dit veronderstel die temasin van die paragraaf.
- In die res van die paragraaf word die hoofgedagte verder beredeneer, betwis of uitgebou deur ondersteunende sinne wat die hoofgedagte ondersteun en beperkende sinne wat die hoofgedagte beperk.

Skrywers het dikwels probleme met die paraagrafering in 'n teks. Dit kom voor wanneer die inligting nie op 'n sinvolle wyse georganiseer is nie. Dit versteur dan die tematiese eenheid in

die teks wanneer meer as een subtema in 'n paragraaf bespreek word of wanneer paragrawe sonder regverdiging opgebreek word in kleiner eenhede.

In die US Jaarboek, kan gesien word dat die paragraafmarkering nie so duidelik is as wat nodig is nie. Paragrawe is belangrik om tekste netjies te struktureer – dit help ook om lesers te oriënteer in 'n teks veral as elke paragraaf 'n bepaalde subtema bespreek. Wat die inhoud van die paragrawe in die US Jaarboeke betref, is die paragrawe volledig en word subtemas doeltreffend in elke paragraaf bespreek. Die grootste gebrek waaraan die paragrawe in die Jaarboeke lei, is dat dit nie duidelik aangedui word nie.



Figuur 4.8: 'n Uittreksel uit die Jaarboek Lettere en Wysbegeerte met die fokus op paragrawe.

Enkele vrae in die vraelys word ook gerig aan die aspek van paragrawe – Figuur 4.8 word gebruik by Vraag 27 saam met 'n gemanipuleerde weergawe waar die paragrawe meer prominent voorgestel word. Die resultate word in Hoofstuk 5 bespreek.

4.7.1.2 Aanspreekvorme

4.7.1.2.1 Verwysing na die skrywer – eksklusiewe *ons*

Die Universiteit verwys in party gevalle na homself, maar nooit deur die gebruik van die voornaamwoord *ons* nie. Die skrywer verwys eerder na die Universiteit as "Die Universiteit" of gebruik glad nie 'n verwysing nie en skep dus 'n onpersoonlike beeld van die instansie. Die

Universiteit kom dus voor as 'n gebou eerder as 'n menslike identiteit. Deur gebruik te maak van die meer persoonlike verwysing soos die eksklusiewe *ons* (sluit die skrywer in, maar die leser uit) sal die skrywerspersona meer teenwoordig en ook besorg voorkom. Die eksklusiewe *ons* is voldoende om 'n meer menslike kwaliteit aan die kommunikasie te gee.

Voorbeeldsin: Skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir die Universiteit inhou.

Hierdie sin het nie 'n onderwerp of agent nie – die sin is dus agentloos. Dit laat die sin onpersoonlik voorkom en in die proses word die Universiteit as 'n onpersoonlike entiteit voorstel. Hierdie sin kom koud en streng voor sonder 'n menslike onderwerp. Dit hou ook belangrike implikasies in vir die verhouding tussen die skrywer en die leser. Die feit dat die Universiteit nie na homself verwys as 'n menslike entiteit nie, maar eerder as 'n nie-menslike entiteit of in sommige gevalle glad nie, belemmer die verhouding tussen die skrywer en leser. 'n Verhouding veronderstel immers die bestaan van twee menslike entiteite. Dit sal vir die leser moeilik wees om 'n verhouding met die skrywer te bou as gevolg van die afstandige verwysing. As daar egter 'n verhouding gevorm word, sal daar 'n mate van afstand wees aangesien die Universiteit voorgestel word in hulle kommunikasie as 'n entiteit wat verhewe is bo menslike foute en emosies (Hagan, 2009: 51).

4.7.1.2.2 Verwysing na die leser – indirekte en afwesigheid van aanspreekvorme.

Die gebrek aan aanspreekvorme veroorsaak dat die klem val op die handeling eerder as op die agent en dit kan die verhouding tussen die skrywer en die leser (relasionele verhouding) negatief beïnvloed deur die verhoging van die saaklikheid en afstandigheid in die teks. In die US Jaarboeke word daar meestal indirek na die leser verwys as “die student” of “die aansoeker”, of glad nie. In die volgende sin kom daar geen aanspreekvorm voor nie.

Voorbeeldsin: Laat aansoeke word egter op meriete oorweeg as daar steeds vakatures is.

Die klem in die sin is op die handeling naamlik dat laat aansoeke op meriete oorweeg sal word as daar steeds ongevolle plekke is. Daar kom nie 'n onderwerp of agent voor in die sin nie. Die sin kom onpersoonlik en koud voor.

Die ontwerper van die jaarboeke maak nêrens gebruik van die direkte aanspreekvorm nie – deur byvoorbeeld na die leser as “jy” of “jou” of selfs “u” te verwys nie. Daar word eerder gebruik gemaak van indirekte verwysing na die leser soos duidelik is in die volgende sin:

Voorbeeldsin: Ten opsigte van eerstejaars wat voldoen aan die toelatingsvereistes van die program waarvoor hulle registreer ...

In die sin is dit duidelik dat die skrywer na die leser as “eerstejaars” verwys word, eerder as 'n meer direkte verwysing “jy”. 'n Meer direkte verwysing laat die leser meer belangrik voel en dit is ook 'n meer persoonlike aanslag om die verhouding tussen skrywer en leser te verstewig.

4.7.1.3 Formaliteit

4.7.1.3.1 Moeilike woorde en frases

Die navorser het besluit om op hierdie stylaspek te fokus, omdat die respondente in hierdie studie voornemende studente is. Ook maak voornemende studente 'n groot deel uit van die teikenmark van die US Jaarboeke. Omdat voornemende studente aan die US jong lesers is (tussen die ouderdom van 16 en 18 jaar), is die bespreking van die formaliteit van die teks van groot belang.

Voorbeeldsin: Laat aansoeke word egter op meriete oorweeg as daar steeds *vakatures* is.

In hierdie sin is die woord “vakatures” 'n moeiliker verstaanbare woord, veral omdat dit nie die woord is wat normaalweg gebruik so word om te verwys na ongevolle koshuisplekke nie. Dit is 'n woord wat veel eerder gebruik word in die beroepskonteks en is juis nie in hierdie konteks

gebruiklik nie. 'n Verbetering na “ongevulde koshuisplekke” sal makliker verstaanbaar wees vir 'n jonger leser.

Voorbeeldsin: Hulle moet as volwaardige studente regsitreer, *met dien verstande* egter dat hulle, as afhangende van die spesifieke omstandighede, vrygestel kan word van die betaling van studiegeld (Algemene Jaarboek, p. 203).

Die frase “met dien verstande” is vreemd en moeilik vir jong lesers soos die voornemende studente aan die US. Die frase is nie meer in gebruik in hedendaagse Afrikaans nie en daarom kan jong lesers nie daarmee assosieer nie. Die gebruik van moeilike en ouderwetse woorde of frases in die teks vervreem die jonger lesers van die teks. Dit skep 'n afstand tussen die leser en die skrywer, en daarom word die relasionele boodskap in die teks benadeel.

4.7.1.3.2 Passief- en aktiefkonstruksies

Passiefkonstruksies kom meer algemeen voor in formele tekste, terwyl aktiefkonstruksies meestal kenmerkend is van 'n ietwat minder formele styl. Die US jaarboeke wemel van passiefkonstruksies soos die volgende sin:

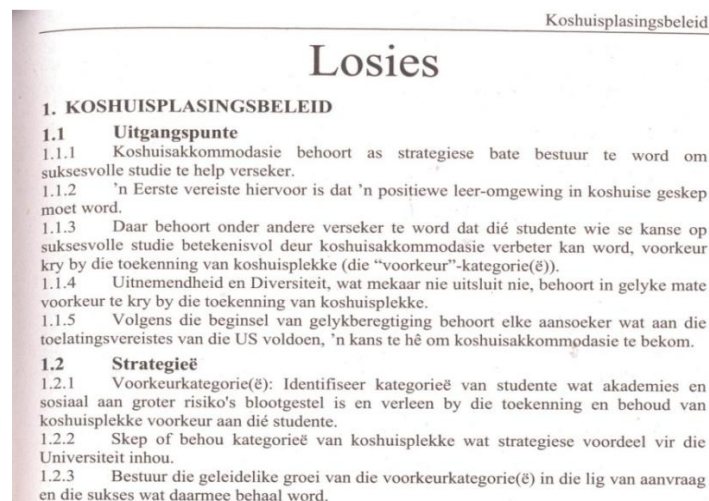
Voorbeeldsin: Laat aansoeke word egter op meriete oorweeg as daar steeds vakatures is.

In passiefkonstruksies word die handeling of produk op die voorgrond gestel en daar word 'n groter afstand tussen die leser en die skrywer geskep. Sinne in die passiefkonstruksies is meer formeel en afstandelik. Die aktiefkonstruksie plaas weer die menslike agent op die voorgrond en maak dit duidelik wie verantwoordelik is vir die aksie. In hierdie geval word die afstand tussen skrywer en leser verklein en daarom word daar 'n meer waarneembare relasionele verhouding tussen die skrywer en die leser gevorm.

In vraag 24 in die vraelys word die sin aan die respondente gegee tesame met 'n gemanipuleerde weergawe waarin die sin in die aktiewe vorm geskryf word. Die resultate word in Hoofstuk 5 bespreek.

4.7.1.4 Inligtingsverspreiding

Inligtingsverspreiding verwys na die manier waarop inligting in 'n teks gestruktureer en versprei word. Dit sluit ook in die groepering van soortgelyke inligting bymekaar om sodoende die leser in die proses te akkommodeer en nie te verwar nie. Die verspreiding van inligting in 'n teks moet poog om 'n sekere hoeveelheid wit op die bladsy behoue te laat bly. Dokumentontwerpers moet altyd probeer om ten minste 40% van die bladsy se wit te behou. Dit sal daartoe lei dat die inligting op die bladsy netjies en eweredig versprei is sonder om opeengehoop en ingedruk voor te kom.



Figuur 4.9. 'n Uittreksel uit Teks A van die Algemene Jaarboek met die fokus op inligtingsverspreiding.

Figuur 4.9 is 'n uittreksel wat ook in Vraag 26 in die vraelys voorkom. Hierdie vraag het ten doel om die inligtingsverspreiding in die teks te toets. Soos duidelik gesien kan word in Figuur 4.9, kom die inligting nie baie verspreid voor nie. 'n Baie opvallende verskynsel in die Figuur, is die gebrek aan goeie justering. Die teks is nie netjies gejusteer aan die linkerkant nie, die teks en die nommers word deurmekaar voorgestel. Die paragrawe word nie duidelik genoeg aangedui

nie en die persentasie wit op die bladsy is nie die voorgestelde 40% wat vereis word volgens dokumentontwerp-standaarde nie.

Die resultate van hierdie vraag word deeglik in Hoofstuk 5 bespreek.

4.8 Bespreking van Teks B

Teks B is 'n uittreksel afkomstig uit die Jaarboek Lettere en Wysbegeerte van die Universiteit Stellenbosch. Hierdie teks het ten doel gehad om die *gebruikersvriendelikheid* van die teks te toets deur middel van vier taakmatige vrae aan die respondente te stel (*usability testing*). Hiermee wil die navorser dus toets of die respondent die take kan uitvoer wat van hulle verwag word as leser. Dit vra die respondent om hom-/haarself voor te stel dat hy/sy die kursus BA Menslike Hulpbronbestuur aan die Universiteit Stellenbosch gaan studeer. Indien 'n voornemende student 'n kursus kies wat hy/sy wil gaan studeer aan die US, is daar sekere aspekte wat die leser moet verstaan en kan toepas.

Die vrae het ten doel om die gebruikersvriendelikheid van die teks te toets – dit wil sê, verstaan die leser die teks en weet die leser wat van hom of haar verwag word? Die vrae word afgesluit deur die leser te vra of dit vir hom/haar moeilik of maklik was om die vier vrae vinnig te beantwoord. Die vrae en die resultate van die vrae word baie deeglik in Hoofstuk 5 bespreek.

Anders as by Teks A, toets Teks B slegs of die lesers die US Jaarboeke kan gebruik. Dit vereis dus eerstens dat die lesers in staat moet wees om inligting in die teks te kry. Die fisiese toegang tot 'n teks is verwant aan 'n verskeidenheid faktore wat kortliks bespreek gaan word in die volgende afdeling. Nadat die leser die inligting gekry het in die teks, is dit noodsaaklik dat die leser die inligting verstaan (kognitiewe toegang). Die navorser wil ook bepaal of die lesers die teks interessant vind en daarom dus die affektiewe toegang van die teks evalueer. Die navorser gaan slegs kortliks die moontlike faktore bespreek wat die gebruikersvriendelikheid van die teks kan belemmer deur van Saul Carliner (2002) se drie toegangsroetes tot 'n teks gebruik te maak.

Dit verwys na die fisiese toegang tot 'n teks, die kognitiewe toegang tot 'n teks en laastens die affektiewe toegang tot 'n teks.

4.8.1 Fisiese toegang

Wat die fisiese toegang van Teks B betref, verskaf die skrywer al die noodsaaklike inligting wat die leser wat die kursus in BA Menslike Hulpbronbestuur wil kom studeer, behoort te weet. Die nodige toelatingsvereistes word aan die leser verskaf asook wat die program behels en laastens hoe die program saamgestel word.

Net soos die Algemene Jaarboek, word daar in die teks baie inligting op een bladsy ingedruk. Die inligtingsdigtheid van die teks is daarom hoog. Dit sal die toegang tot die teks bevorder indien die inligting meer gespaseer word op die bladsy en nie so opeengehoop en ingedruk voorkom nie. Die kantlyne is ook klein en maak dus die teksreëls langer en moeiliker om met die blote oog te volg. Die skrifgrootte is ook dieselfde grootte as die skrifgrootte in die Algemene Jaarboek. Dit is leesbaar, maar sal miskien meer effektief wees as dit effens groter is.

Die struktuur van 'n teks bevorder of belemmer ook die fisiese toegang en uiteindelik die gebruikersvriendelikheid van die teks. Die programsamestelling kan bv. in 'n kolom aangebied word wat die drie jare van die kursus voorstel. Daarin kan presies voorgestel word hoeveel verpligte vakke die student moet neem; hoeveel bykomende vakke die student moet neem en uiteindelik hoeveel modules geneem moet word in die kursus. Tabelle en kolomme dien as effektiewe strukturele middele om lesers te akkomodeer in die fisiese toegang tot 'n teks.

Die opskrifte in die teks kan onderskei word van die res van die teks, maar dit sal meer effektief wees indien dit in 'n groter skrif tipe aangebied word. Ook is dit noodsaaklik dat daar 'n spasie gelos word tussen die opskrifte en die teks wat volg. Soms verkies lesers dit dat die opskrifte en subopskrifte in 'n teks genommer word – dit struktureer die teks en help die leser onderskei tussen opskrifte en subopskrifte.

4.8.2 Kognitiewe toegang

Kognitiewe toegang verwys daarna of die leser die teks verstaan. Die vrae wat gerig is op Teks B toets of die lesers die teks verstaan en meer belangrik of hulle dit kan toepas. Daar is verskeie faktore wat die kognitiewe toegang van 'n teks kan belemmer, maar daar gaan slegs op sekere faktore gefokus word in die afdeling. Die vrae het hoofsaaklik uit die Programsamestelling – deel van Teks B gekom en daarom fokus die navorser meestal op faktore wat die kognitiewe toegang van die deel belemmer.

'n Opvallende tekort in die teks is deeglike verduidelikings van terme. Voornemende studente is nie bekend met terme soos *krediete*, *vakkodes* en *modules* nie. Nog minder is hulle bekend met vakke soos *Inligtingsvaardighede*, *Besluitneming* en *Waardestudie* of *Filosofie*. Die skrywer van die teks moet die onkunde van die lesers in ag neem met die opstel van die teks. Hierdie terme moet duidelik gedefinieer word om die leser te akkomodeer en sodoende ook om die gebruikersvriendelikheid van die teks te verhoog. Dit is hoogs waarskynlik dat die lesers deurmekaar sal raak met die vakkodes en die krediete in die teks.

Onder die subopskrif *Besonderhede*, is daar 'n paragraaf wat die leser moet lees oor die betrokke kursus. In hierdie paragraaf, moet die skrywer ook waak teen 'n te formele styl en eerder woorde of frases soos *met dien verstande* weglaat of vervang met 'n meer gebruiklike alternatief.

Die grootste gebrek in die afdeling is die tekort aan verduidelikings. Voornemende studente verstaan nie die teks nie, omdat hulle onbekend is met die terme. In die volgende hoofstuk word die resultate van die vrae bespreek en na afloop daarvan, sal die navorser bepaal of die gebruikersvriendelikheid van die teks geslaagd is of nie.

4.8.3 Affektiewe toegang

Die affektiewe toegang tot 'n teks verwys na hoe die leser voel wanneer hy/sy die teks lees. Dit verwys ook na watter emosies die leser ervaar wanneer die teks gelees word. In dié geval, is die affektiewe toegang van die teks belangrik, omdat die skrywer graag sal wil hê dat die leser 'n positiewe houding openbaar wat reaksie op die teks sal fasiliteer. Wanneer die leser die teks lees, moet die leser verseker wees dat hy/sy hierdie kursus wil gaan studeer en 'n positiewe houding daarvoor ervaar. Hierdie positiewe houding kan gestimuleer word deur die wyse waarop die teks inhoudelik en stilisties ontwerp word.

Die affektiewe toegang van die teks kan bevorder word deur die kursus meer bekend te stel asook die beroepsgeleenthede (soos hierbo genoem) by te voeg. Die kursus kan op 'n interessante manier aan die leser bekendgestel word deur te fokus op die interessantheid en variasie van die vakke wat aangebied word, die nagraadse geleenthede, asook die beroepsgeleenthede. Dit sal beslis die student opgewonde maak om eerstens by die US te gaan studeer en tweedens, in hierdie spesifieke kursus te spesialiseer.

Die affektiewe toegang van die teks is nie suksesvol nie en lesers ervaar die teks as vervelend en oninteressant eerder as opwindend en interessant.

4.9 Samevatting

Die bespreking in hierdie hoofstuk het hoofsaaklik gehandel oor die analise van eerstens die algehele US Jaarboek en tweedens die onderskeie tekste wat uit onderskeidelik die Algemene Jaarboek en die Jaarboek van Lettere en Wysbegeerte gebruik sal word in die studie. Die US Jaarboek is baie deeglik bespreek deur op die belangrikste dokumentontwerp-aspekte te fokus. Etlike voorbeelde is ook telkens aangehaal uit die Algemene Jaarboek om die bevindinge te bevestig. Teks A word ook deeglik bespreek deur te verwys na die vier aspekte onder

bespreking in hierdie studie. Daar word ook vinnig verwys na Teks B, 'n uittreksel uit die Jaarboek Lettere en Wysbegeerte. 'n Verdere doel van die hoofstuk was om te illustreer hoe die relasionele en ekspressiewe boodskappe in 'n teks gemanipuleer kan word deur middel van verskillende dokumentontwerp-aspekte. In die volgende hoofstuk word die resultate van die vraelyste bespreek.

Hoofstuk 5: Onderzoekresultate

5.1 Inleiding

In dié hoofstuk word die resultate van die vraelysondersoek aangebied. Die hoofstuk word ingelei deur die demografiese inligting van die respondente te bespreek. Daarna word die hoofstuk verdeel in drie afdelings.

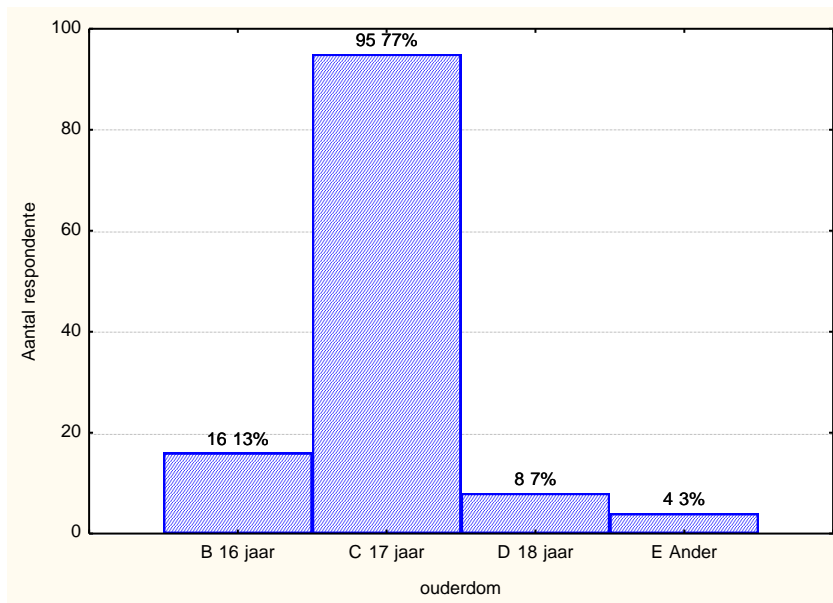
Die eerste afdeling (5.3) bespreek die resultate van die totale groep. Die vrae word in 6 subafdelings verdeel. In hierdie subafdelings word die algemene beeld van die US bespreek, die styl, die uiterlike struktuur, die inligtingsdigtheid, die gebruikersvriendelikheid en laastens die invloed van die teks op die beeld van die respondent. In die volgende afdeling (5.4) word hierdie bespreking herhaal deur te fokus op die menings van onderskeidelik die manlike en vroulike respondente in die studie. In die laaste afdeling (5.5) word daar gefokus op die menings van die Blanke en Bruin respondente.

5.2 Demografiese gegewens van die respondente

Hierdie afdeling word voorgestel deur Afdeling A in die vraelys. Die doel van hierdie afdeling was om die respondente se persoonlike inligting in te samel.

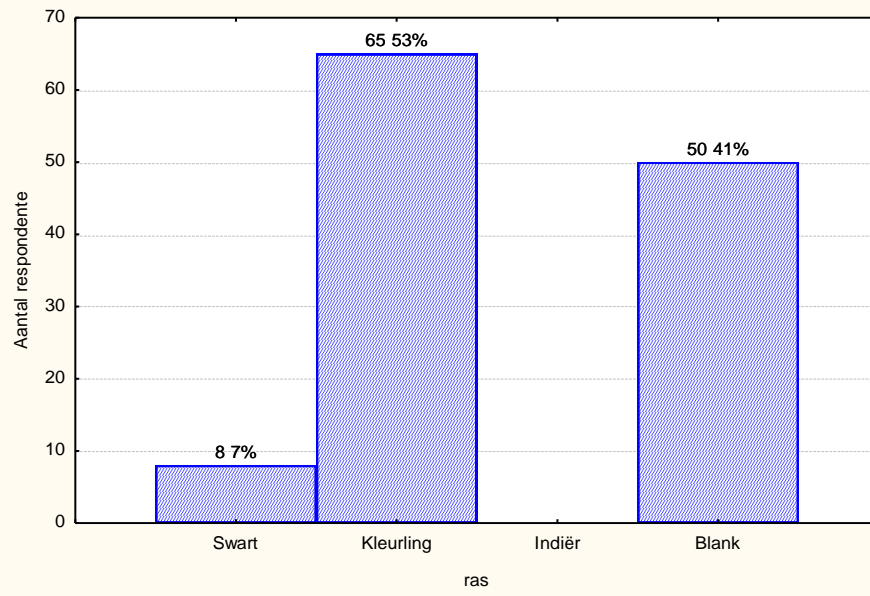
In die grafieke of histogramme wat hier aangebied word, word die rou syfer en die persentasie meestal langs mekaar aangebied, soos in die figuur hier onder. Die syfer “95 77%” dui dus aan dat 95 respondente die betrokke opsie gekies het, wat 77% van die totaal verteenwoordig.

In die studie het 123 respondente die vraelyste ingevul, waarvan die grootste persentasie (naamlik 77%) 17 jaar oud was. Die respondente is tans in Graad 11 en is verbonde aan Hoërskool Paarl Gimnasium en Hoërskool Luckhoff.

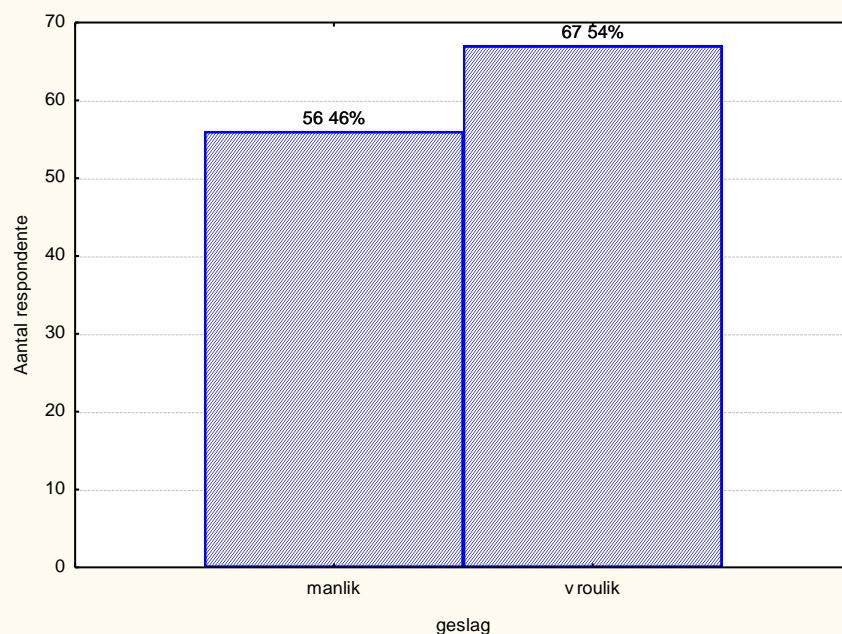


Die studie het bestaan uit meestal blank en bruin respondente, maar daar was ook 'n klein persentasie swart respondente teenwoordig. Die navorser wou bepaal of daar verskille is tussen die menings van verskillende bevolkingsgroepe. Hierdie twee bevolkingsgroepe (blanke en kleurling) is ook die meeste verteenwoordig aan die US. In opvolgondersoeke sou die menings van ander groepe ook ingewin kon word.

Die grootste persentasie was dus Kleurlinge (53%) van die studie gevul het, terwyl die blankes 41% van die groep uitgemaak het. Daar was, as gevolg van die wyse waarop die groepe geselekteer is, ook 'n kleiner groep swart skoliere (7%). Later in die studie sal vrae wat beduidende verskille tussen die blanke en bruin bevolkingsgroepe opgelewer het, bespreek word.



Nog 'n veranderlike in die studie was geslag. Dit is altyd interessant om die menings van die manlike geslag met die vroulike geslag te vergelyk, omdat manlike en vroulike respondente se menings dikwels verskil. Die vroulike respondente was meer as die manlike respondente met 'n persentasie van 54% teenoor die manlike respondente se 46%.



Ander vrae wat in Afdeling A van die vraelys gevra is, sluit in of die respondent beplan om by 'n tersiêre instansie na skool te gaan studeer. Daar is drie keuses voorgestel waarvan die grootste

persentasie (83,6%) 'n universiteit gekies het. 30,2% het 'n kollege gekies, 8,7% 'n technikon gekies het en 1,1% het 'n ander tersiêre instansie in gedagte. Hierdie persentasies tel op tot meer as 100% omdat respondente meerdere keuses uitgeoefen het.

Op die vraag of die respondent beplan om by die Universiteit Stellenbosch te gaan studeer, was die grootste persentasie (73%) se antwoorde negatief. Hierdie persentasie mag moontlik reeds dui op 'n negatiewe ingesteldheid of beeld van die Universiteit.

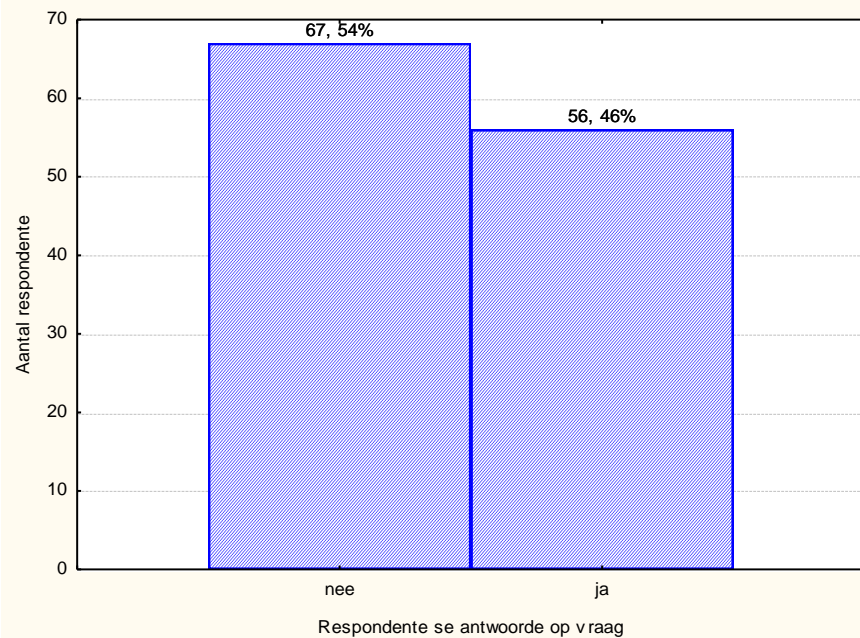
5.3 *Alle* respondente se antwoorde op die vrae

5.3.1 Die algemene beeld van die Universiteit Stellenbosch

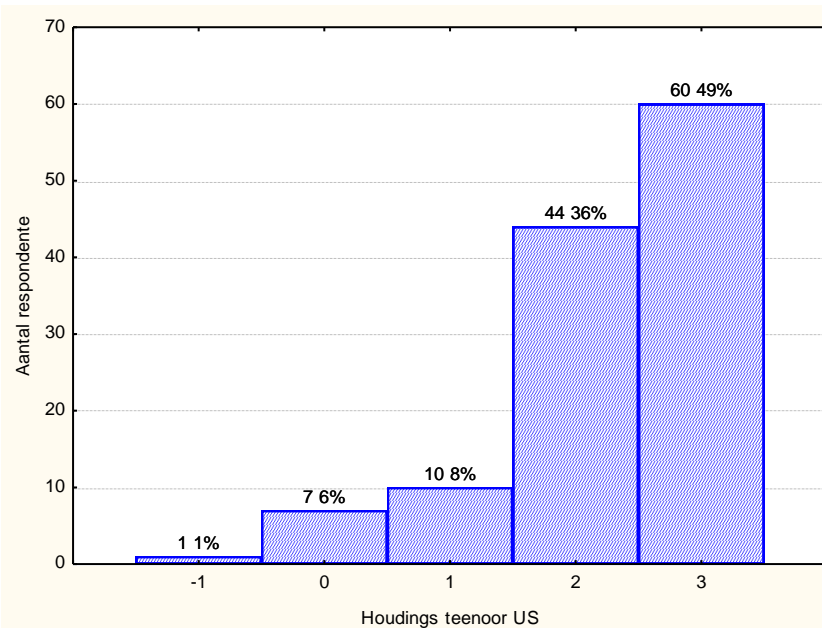
Hierdie deel van die studie word voorgestel deur Afdeling B in die vraelys. Die doel van hierdie afdeling is om eerstens die voornemende studente se algemene beeld van die US te vas te stel. Die hipotese is dat die beeld wat voornemende studente van die US mag hê meer positief sal wees soos ook in vorige studies (soos dié van Du Plessis, 2007) al bevestig is.

Vraag 1: *Het jy al voorheen kommunikasie van die Universiteit Stellenbosch ontvang?*

Op hierdie vraag waarin die navorser wil bewerkstellig of die respondent al enigsins kennis gemaak het met kommunikasie van die US in die vorm van dokumentasie, was die grootste persentasie respondente se antwoord negatief (54%). 'n Beduidende aantal respondente het egter wel al kennis gemaak met die US se kommunikasie (46%). Ten spyte daarvan dat 54% van die respondente nog nie kennis gemaak het met die kommunikasie van die US nie, het elke respondent in die studie wel al van die US gehoor langs ander weë en daarom is hulle menings steeds baie belangrik.



Vraag 2: *Ek dink die Universiteit Stellenbosch is een van die beste universiteite in die land.*



Hierdie vraag wou bepaal of die respondente 'n positiewe (indien hulle saamstem met die stelling) of 'n negatiewe beeld (indien hulle verskil van die stelling) het van die US. Soos gesien kan word in die grafiek, het die meeste respondente 'n positiewe houding en daarom ook 'n

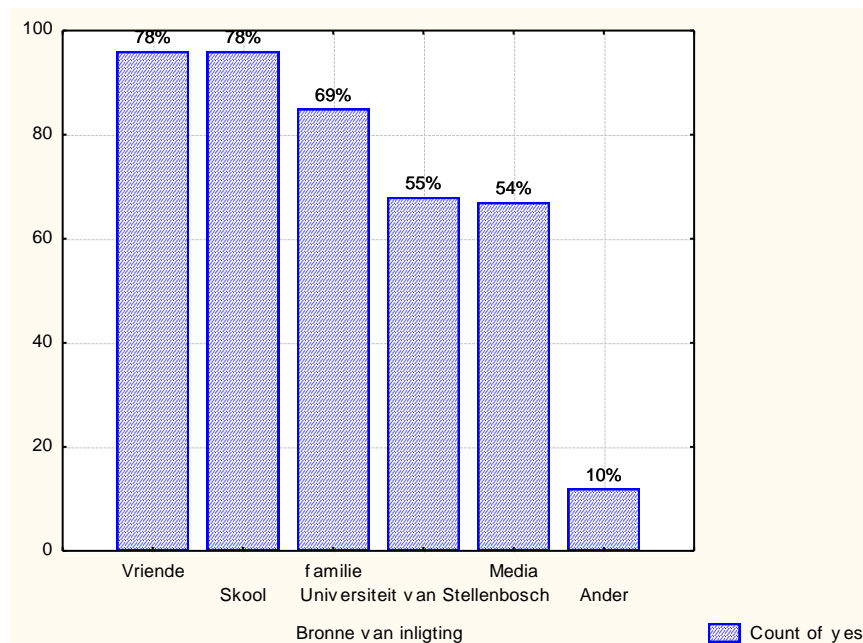
positiewe beeld van die US en stem hulle saam met die stelling dat die US een van die beste universiteite in die land is. Die sterk stygende grafiek is 'n besonder goeie uitkoms vir die Universiteit.

Deur na die grafiek te kyk, kan dus afgelei word dat die US as een van die beste universiteite in die land beskou word. Die grafiek is daarom baie gunstig vir die US.

Die volgende vraag in die vraelys (Vraag 3) wou bepaal waar die respondent gehoor het van die US. By hierdie vraag is daar ook 'n tabel bygesit met verskillende bronne waar die respondent moontlik kon gehoor het van die US.

Familie	Vriende	Skool	Media	Universiteit Stellenbosch	Ander
---------	---------	-------	-------	---------------------------	-------

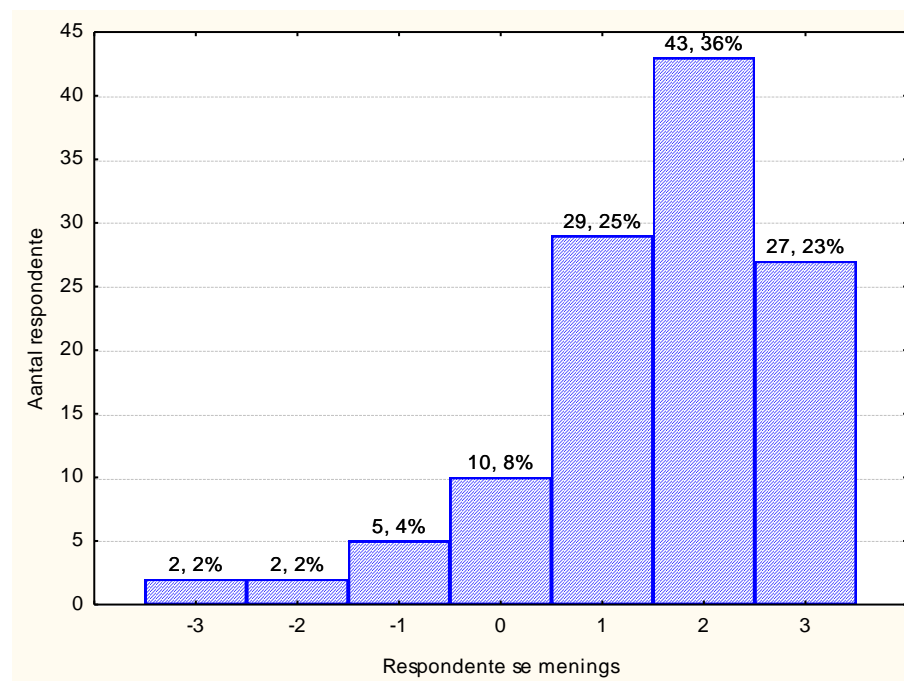
Tabel 5.1: Respondente se bronne van inligting oor die US



In die grafiek kan duidelik gesien word dat die twee grootste bronne van inligting (78%) vir die respondente hulle vriende en hulle onderskeie skole was. Dit moet gelet word daarop dat hulle by hierdie vraag meer as een bron ook kon kies. 69% van die respondente het by hulle familie gehoor van die US en 'n verdere 55% en 54% het onderskeidelik by die Universiteit Stellenbosch

en die media te hore gekom van die US. Hierdie vraag bepaal inderwaarheid hoe wydverspreid die teikenmark van die US kommunikasie is. Dit sluit nie net jong voornemende studente in nie, maar ook hulle ouers, familie, hulle vriende, hulle skool, ens. Die kommunikasie moet dus so ontwerp word om almal in hierdie teikenmark te akkommodeer. Wat verder belangrik is, is dat die algemene persepsie van die kwaliteit van die Universiteit behoorlik bestendig word deur die kommunikasie in al hierdie groeperinge of kategorieë.

Vraag 4: *Die inligting wat ek oor die US ontvang het, het my opgewonde gemaak om daar te gaan studeer.*



Die vraag wil bepaal of die inligting wat die respondent ontvang het, 'n positiewe of negatiewe uitwerking het. Op hierdie vraag het die meeste respondente positief geantwoord, met ander woorde hulle het saamgestem met die stelling. Die meeste respondente se menings was tussen die neutrale punt (0) op die Likert-skaal en "stem volkome saam" (3) op die skaal. Die grootste persentasie (36%) het saamgestem (2 op die Likert-skaal) of sterk saamgestem (23%) met die stelling (gesamentlik meer as 50%, dus).

'n Belangrike opmerking oor die interpretasie van hierdie syfers is nou ter sake: Die vraag wat die instansie natuurlik moet vra, is watter data is werklik in die kategorie van gewenste respons. Daar is byvoorbeeld 'n interpretasie wat waardes nader aan die middelpunt (die 0-waarde) as minder gunstig sal beskou (dis naamlik al te twyfelagtig), d.w.s. dat 'n instansie tog sal verkies dat die groter persentasies 2 of 3 sal kies (waar 2 en 3 die positiewe uitkomst verteenwoordig). Hierdie interpretasie van die waardes sal verder in hierdie hoofstuk in ag geneem word.

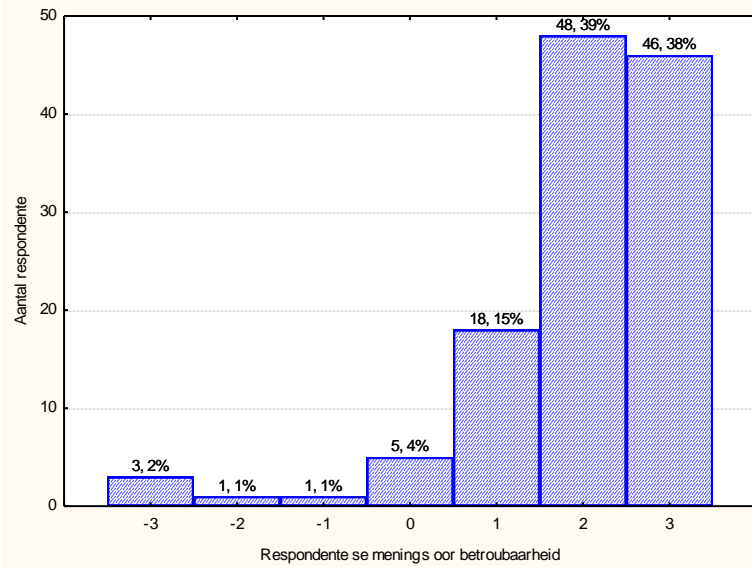
Die grafiek is 'n voorstelling van data wat die US sal verkies en sodoende ook die US positief bevoordeel. Tot dusver, is dit duidelik dat die voornemende studente 'n positiewe beeld het van die US. Die beeld wat die US dus uitstraal na voornemende studente, is positief.

Vraag 5 het ten doel gehad om hierdie beeld in meer konkrete beskrywings te konseptualiseer, om dit positief meer konkreet te stel deur bv. die volgende beskrywings daarmee te assosieer:

- Betroubaar; vriendelik; samewerkend; nederig; empaties; opreg

Die teenoorgestelde van hierdie beskrywings is dan gebruik om 'n negatiewe beeld meer konkreet te stel. Die teenoorgestelde van hierdie beskrywings is die volgende:

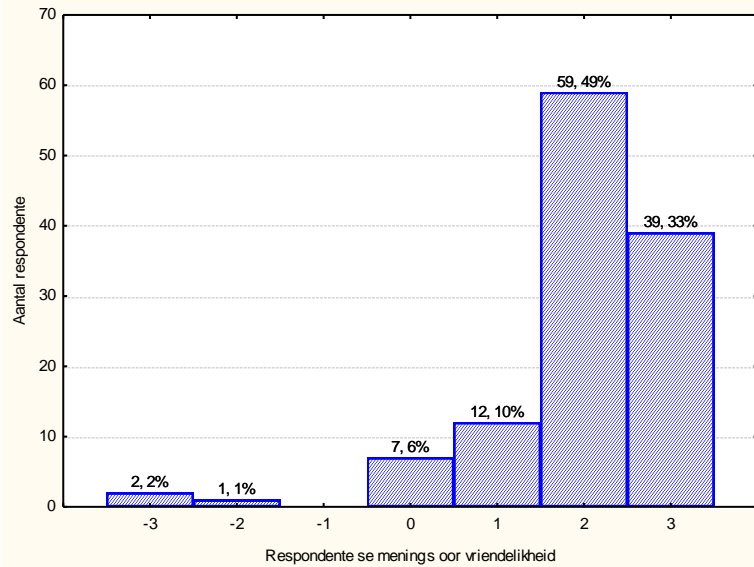
- Onbetroubaar; onvriendelik; dominerend; arrogant; egosentries; vals



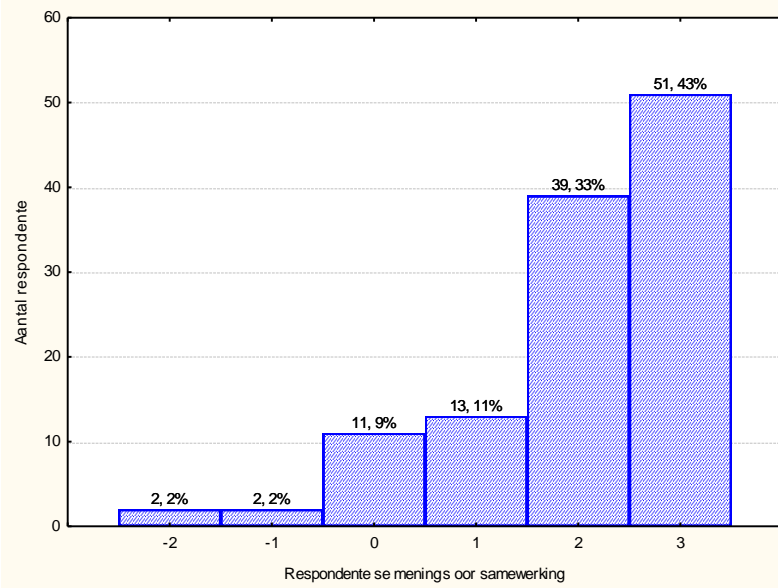
By hierdie vraag, was die response meestal positief en het die meeste respondente dus positiewe beskrywings aan die US toegeken. 38% van die respondente het volkome saamgestem dat die US 'n betroubare universiteit is, en 39% het saamgestem (2 op die Likert-skaal). Slegs 2% van die respondente het die US beskryf as volledig onbetroubaar. Soos wat uit die bogenoemde figuur afgelei kan word, is die grafiek gunstig vir die US en beskryf die meeste respondente die US as 'n betroubare instansie.

Wat die waarde vriendelikheid betref, het die grootste persentasie (49%) van die respondente het saamgestem (2 op die Likert-skaal) dat die US as vriendelik beskryf kan word. 'n Kleiner persentasie (33%) het volkome saamgestem (3) dat die US as vriendelik beskryf kan word. Slegs 2% van die respondente het die US as onvriendelik (-3) beskryf. Weer eens 'n uitermate gunstige uitkoms vir die Universiteit wanneer die beeld van die instansie in die algemeen gemeet word. Die indruk wat reeds ontstaan is dat, danksy 'n verskeidenheid faktore (o.a. kommunikasie in verskillende vorme en kontekste), die Universiteit 'n besonder goeie beeld het onder voornemende studente.

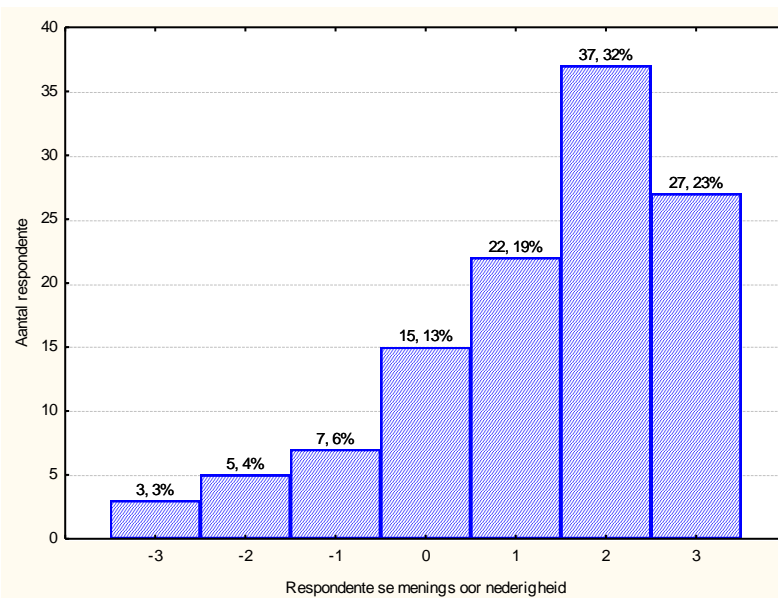
In die onderstaande grafiek kan gesien word dat die menings van die respondente meestal positief was wat weer eens in die US se guns tel. Die US word daarom as 'n vriendelike instansie beskryf.



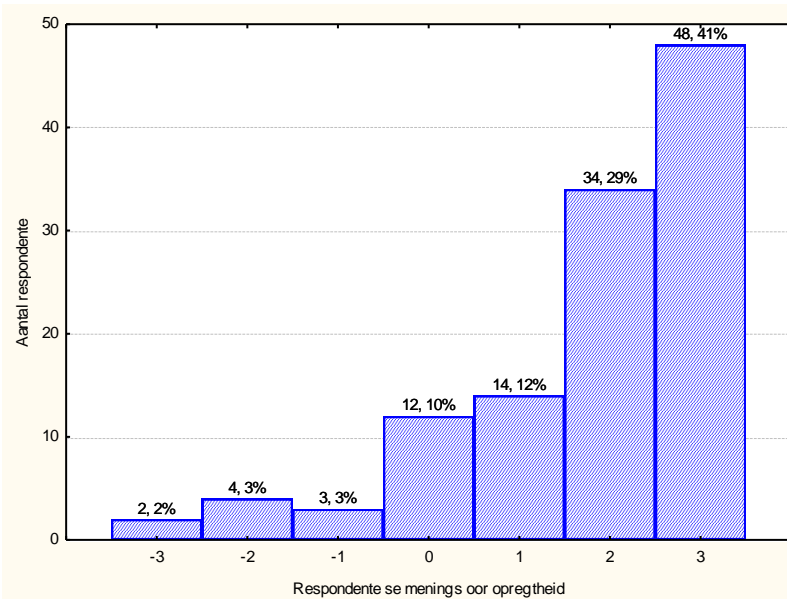
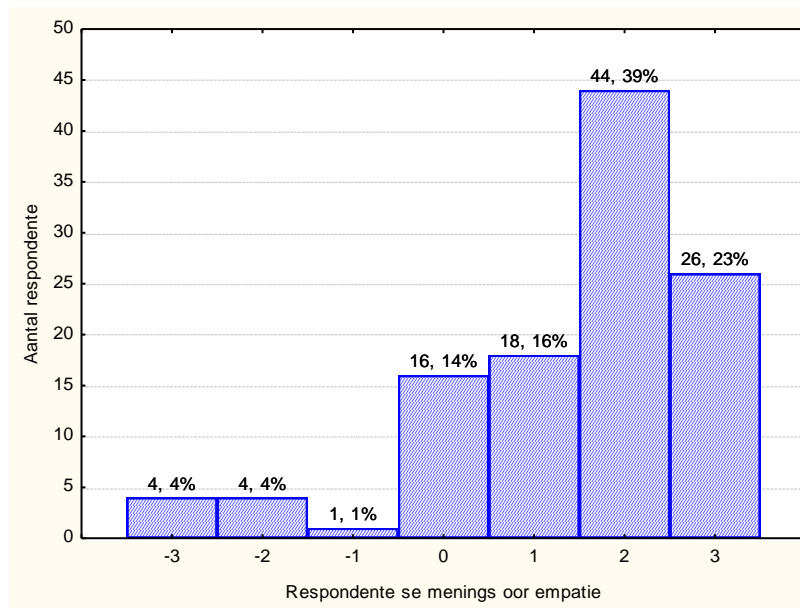
Die grootste persentasie naamlik 49% het die US as saamwerkend (2) beskryf. 'n Verdere 33% het ook saamgestem (3) dat die US as 'n saamwerkende instansie beskryf kan word. Niemand het volkome saamgestem dat die US as 'n dominerende instansie beskryf kan word nie. Uit die onderstaande grafiek kan duidelik afgelei word dat die US beskou word as 'n saamwerkende instansie wat daarom die US in 'n goeie lig stel. Die meeste respondente het dus 'n positiewe houding teenoor die US in hierdie opsig.



Wat die vierde beskrywing betref, het die respondente ook 'n positiewe houding teenoor die US. 23% het volkome saamgestem (3) dat die US 'n nederige instansie is en 'n verdere 32% het saamgestem (2) met hierdie stelling. Slegs 3% het die US as 'n arrogante instansie beskryf. Die grafiek toon 'n positiewe kurwe, wat in die US se guns tel.



Wat die egosentries-empatiese verhouding betref, was die response ook meestal positief. Die grootste persentasie (39%) het saamgestem (2) dat die US 'n empatiese instansie is en 23% het volkome saamgestem (3) met die stelling. Slegs 4% van die respondente het aangevoer dat die US voorkom as 'n egosentriese instansie. Hierdie grafiek, net soos die vorige vier grafieke, reflekteer die respondente se positiewe houding teenoor die US.



In verband met die laaste beskrywing naamlik of die US beskryf kan word as 'n vals of 'n opregte instansie, was die response ook positief. 41% van die respondente het volkome

saamgestem (3) dat die US 'n opregte instansie is, en 'n verdere 29% het ook saamgestem (2) met hierdie stelling. 2% van die respondente het 'n meer negatiewe beskrywing gehad en het die US as vals beskryf.

Die gemiddelde response van die respondente in hierdie vraag was baie positief. Dit kan afgelei word uit die positiewe kurwes van al die bogenoemde grafieke dat die respondente meestal positiewe beskrywings geassosieer het met die US. Hierdie afdeling het ten doel gehad om die algemene beeld van die respondente bewerkstellig. Soos wat duidelik uit die grafieke en persentasies afgelei kan word, was die algehele response van die vrae oor die beeld van die US positief. 'n Vraag ontstaan natuurlik onmiddellik na die opregtheid van die response, iets wat deur 'n opvolgondersoek verder getoets sal moet word.

Dit bevestig dus die hipotese wat aanvoer dat voornemende studente 'n meer positiewe beeld het van die US. Sommige van die ander studies in die groter projek het hierdie hipotese al bevestig (Du Plessis, 2007). Die belangrike vraag in hierdie studie is dus of hierdie positiewe beeld verander na kennismaking met die Jaarboeke van die US. Bly die voornemende studente se beeld van die US dus positief of word die beeld meer negatief? Hierdie vrae gaan in die volgende afdeling bespreek word.

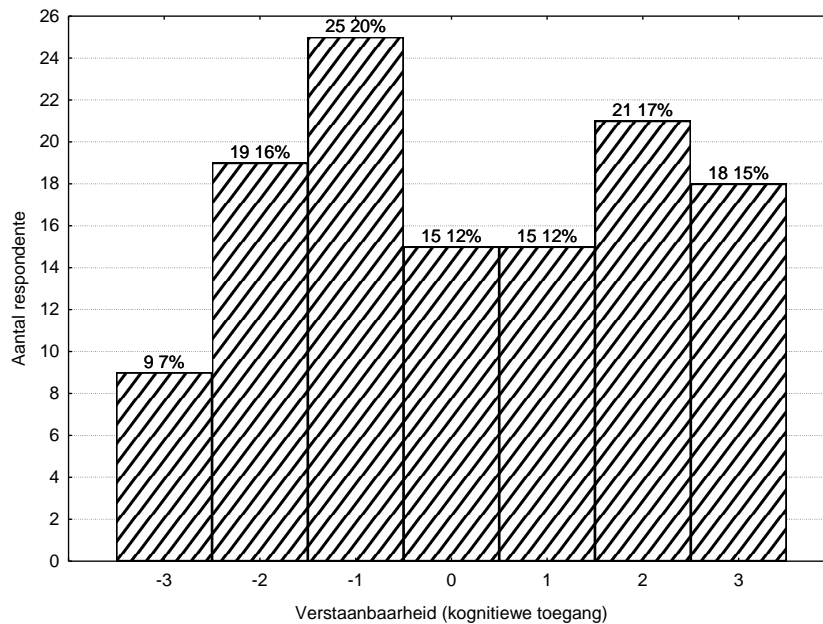
5.3.2 Styl

5.3.2.1 Kognitiewe toegang

Vraag 2: *Die spesifieke teks wat ek moes lees, was vir my moeilik om te verstaan.*

Dit is duidelik dat die antwoorde op die vraag baie verspreid is. Die grootste persentasie (20%) het min of meer verskil (-1) met hierdie stelling, 16% van die respondente het verskil van die stelling (-2) en 7% het heeltemal verskil (-3) met die stelling. Hierdie persentasie respondente het daarom die teks maklik gevind om te verstaan. As mens uitgaan van die idee dat response by -2 en -3 gewens sou wees, is dit slegs 23% van die respondente wat die teks werklik

toeganklik gevind het wat moeilikheidsgraad betref. Dit is nie 'n gunstige uitkoms vir die Universiteit nie.

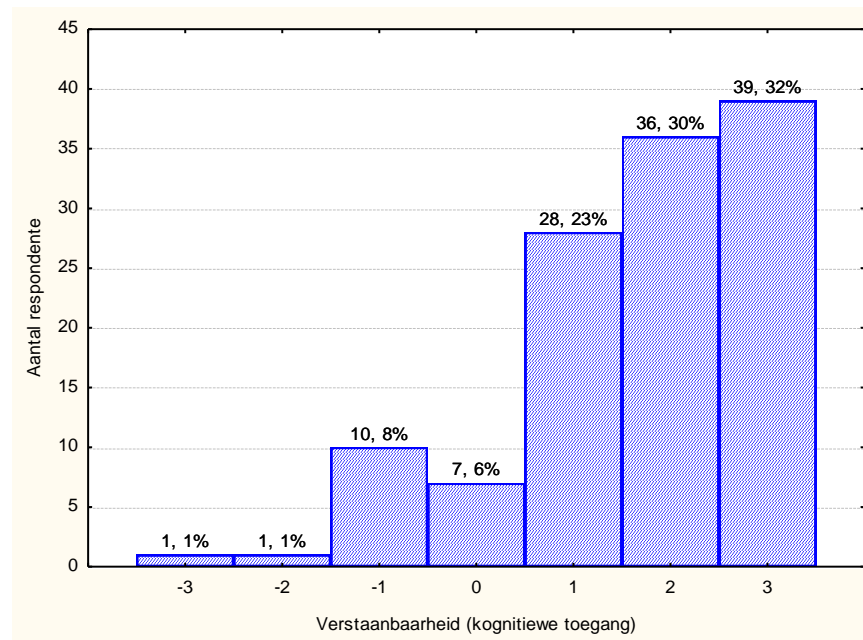


15% van die respondente het volkome saamgestem (3) met die stelling, en 17% stem saam (2) met die stelling en 'n verdere 12% van die respondente stem min of meer saam met die stelling. 12% van die respondente was neutraal oor die stelling – ook nie gunstig vir die Universiteit nie. 'n Algehele persentasie van min of meer 56% het in 'n mate saamgestem met die stelling. 'n Groot persentasie van die respondente het daarom die teks moeilik gevind om te verstaan.

Dit sou meer voordelig vir die US wees indien die meeste respondente heeltemal verskil (-3) het van die stelling en dus die teks maklik gevind het om te verstaan. Dit is belangrike data wat die US in ag moet neem. Die volgende stap sal wees om uit te vind hoekom die respondente die teks moeilik verstaan.

Vraag 15: *Ek verstaan die teks en wat van my as voornemende student verwag word*

In hierdie vraag is dit duidelik dat die meeste respondente volkome saamstem (3) met hierdie stelling en dat hulle dus die teks verstaan en weet wat van hulle verwag word. Hierdie vraag toets die verstaanbaarheid van die teks net soos Vraag 2. Die antwoorde is egter nie konsekwent nie – die antwoorde is meer positief in Vraag 15.



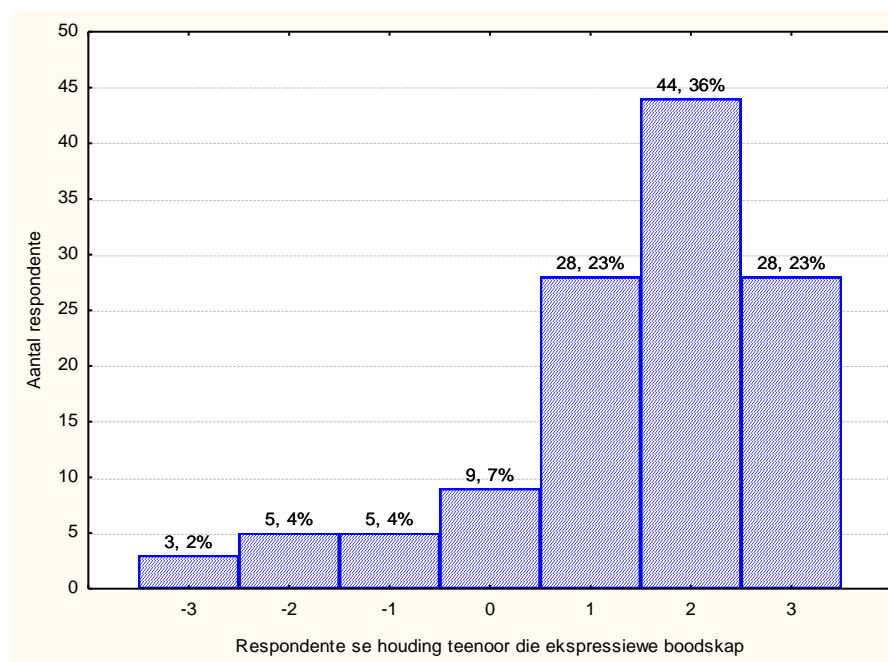
Soos afgelei kan word uit die bostaande grafiek, het die respondente die teks verstaanbaar gevind. Die data kontrasteer gedeeltelik met die data van die vorige vraag, en dit is nie sonder meer duidelik waarom hierdie diskrepansie in die data te voorskyn kom nie. Die vraag het natuurlik twee dele, nl. 'n deel oor begrip en 'n deel oor watter gedrag van die studente verwag word. Die tweede deel van die vraag het waarskynlik die verstaanbaarheidsoordeel laat verskuif omdat dit dalk vir studente wel duidelik was wat hulle moes doen.

5.3.2.2 Die ekspressiewe boodskap.

Vraag 3: *Die skrywer van die teks het begrip vir voornemende studente wat hierdie teks moet lees, verstaan en toepas.*

Op hierdie vraag was die response grootliks positief. Die vraag toets die ekspressiewe boodskap en die teks. Dit verwys na die beeld van die skrywer (as verteenwoordiger van die US) in die teks. Indien die respondent dus saamstem met hierdie stelling, is die ekspressiewe boodskap suksesvol in die teks en kom die skrywer voor as behulpsaam, opreg en simpatiek teenoor die leser. Die skrywer het dus die leser ingedagte gehou met die opstel van die teks.

Die grootste persentasie (59%) van die teks stem saam (2) of stem volledig saam (3) met die stelling en meen dus die skrywer het begrip vir die leser wat die teks moet lees, verstaan en toepas. Slegs 2% het heeltemal verskil (-3) van die stelling en meen dus dat die skrywer nie begrip het vir die leser nie. Die algehele response op hierdie vraag was egter meestal positief.

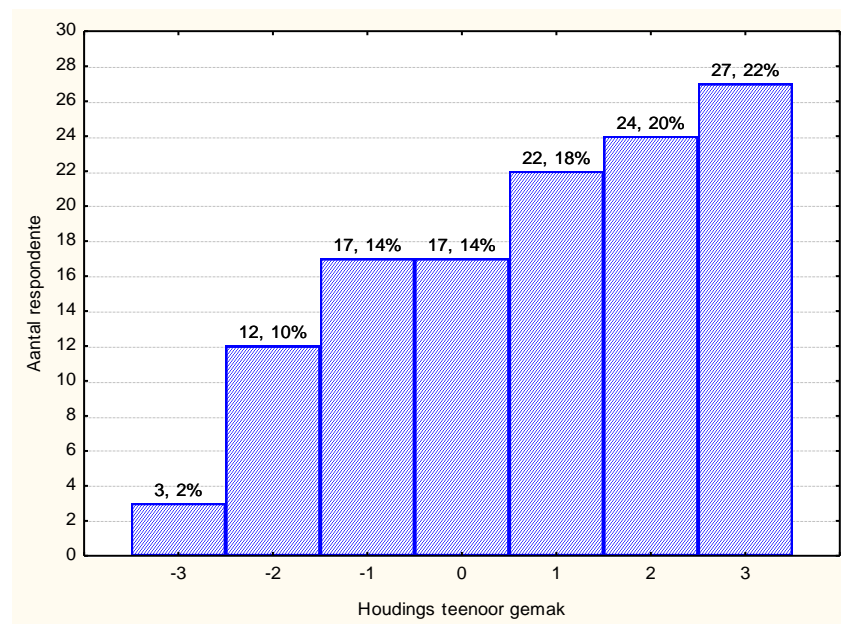


Soos afgelei kan word uit die bostaande grafiek, is die eerste oorhoofse oordeel dat die ekspressiewe boodskap van die teks suksesvol is vir die respondente. 'n Persentasie van 59% het positief of sterk positief op die vraag gereageer en daarom is die grafiek redelik gunstig vir die US.

5.3.2.3 Die relasionele boodskap

Vraag 4: *Die teks laat my onwelkom en vervreemd voel.*

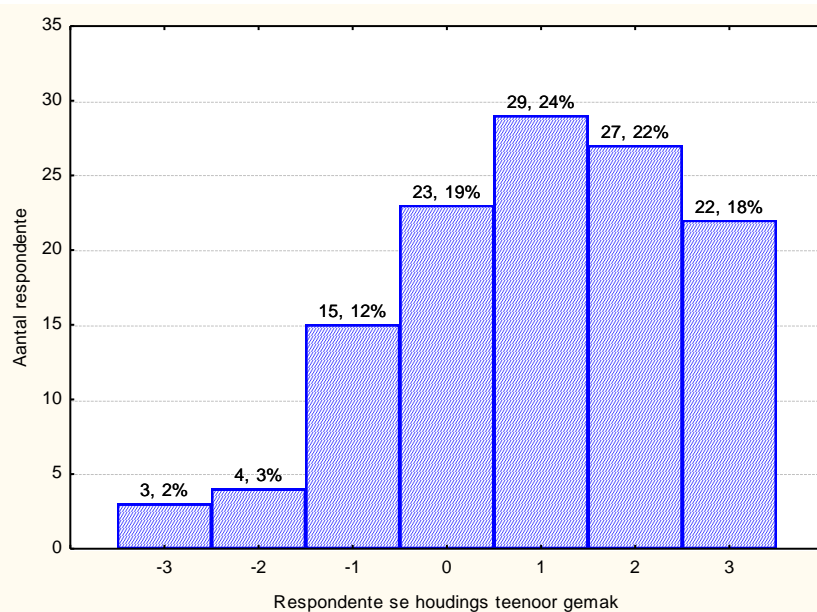
Die respondente het meestal positief gereageer op die vraag. 22% van die respondente het volkome saamgestem (3), 20% het saamgestem (2) en 18% het min of meer saamgestem (1) dat die teks hulle onwelkom en vervreemd laat voel – 'n gesamentlike persentasie van 60%. Lesers voel dikwels onwelkom en vervreemd van 'n teks as hulle nie met die skrywer of die teks kan identifiseer nie. Dit kan wees omdat die skrywer die leser nie insluit by die teks nie, omdat die teks dalk té formeel of té moeilik is. Daar is verskeie redes vir die response. Dit is nie 'n goeie uitkoms vir die US nie. Die US moet fokus op die relasionele boodskap in die Jaarboek en sodoende hierdie grafiek verander na een waar die respondente welkom voel in die teks.



Die vraag toets die verhouding tussen die skrywer en die leser. Dit toets ook die leser se affektiewe toegang tot die teks. Dit is gewoonlik die gevolg van die verhouding wat tussen die leser en die skrywer geskep word. Die gevolgtrekking op hierdie vraag is dat die relasionele boodskap nie baie effektief aangewend word in die teks nie. Die ontwerper van die teks moet daarom werk maak daarvan om 'n beter verhouding tussen die leser en die skrywer op te bou.

Vraag 10: *Die teks laat my welkom voel.*

Hierdie vraag het dieselfde veranderlike getoets as Vraag 4. 18% van die respondente stem volkome saam (3) met die stelling en 22% stem min of meer saam (1) met die stelling. 24% van die respondente is neutraal (0) oor die stelling en 12% verskil min of meer (-1) van die stelling. Slegs 2% van die respondente het heeltemal verskil (-3) van die stelling en voel dus glad nie welkom in die teks nie. Hierdie vraag het ten doel gehad om die konsekwentheid van die respondente asook hulle menings op die vrae te toets. Hoewel die antwoorde in hierdie vraag – waarskynlik vanweë die positiewe aanslag – meer positief uitkom, is dit steeds nie so gunstig as wat 'n instansie soos die US sou wou hê nie. As mens uitgaan van die oordeel dat antwoorde in kategorieë 2 en 3 gewens is, is dit maar 40% wat positief genoeg voel oor die betrokke veranderlike. Dit is steeds minder gunstig.



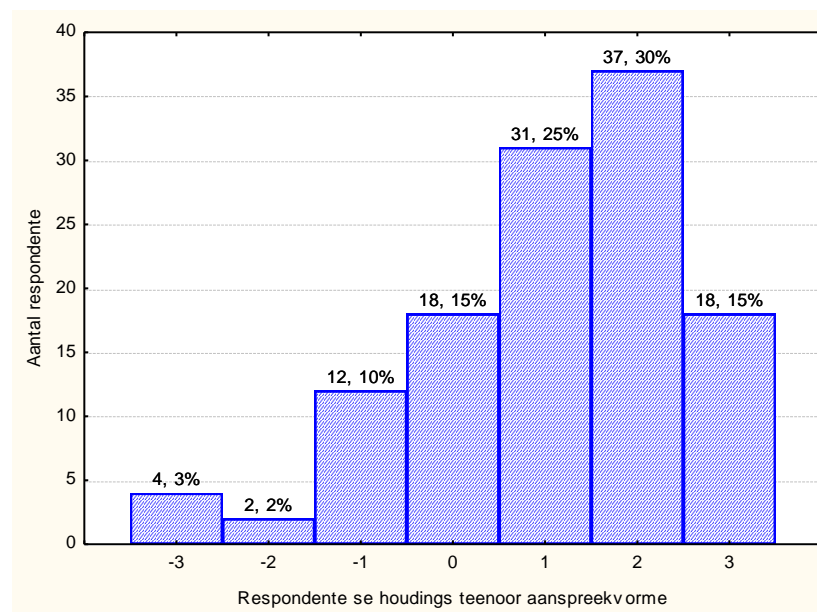
Soos afgelei kan word uit die bostaande grafiek, is die resultate steeds nie ideaal vir die US nie. 36% van die respondente is neutraal en verskil van die stelling dat hulle welkom voel in die teks. Dit is steeds 'n beduidende persentasie van die respondente om in ag te neem. 'n

Dokumentontwerper moet daarna poog om hierdie persentasie so klein as moontlik te hou om sodoende die beeld van die instansie te bevoordeel.

5.3.2.4 Aanspreekvorme

5.3.2.4.1 Verwysing na die leser

Vraag 6: *Ek hou van die manier waarop die skrywer my aanspreek.*



Die respondente het grootliks positief op hierdie vraag gereageer. 30% van die respondente het saamgestem (2) met die stelling en 15% het volledig saamgestem. 25% van die respondente het min of meer (1) saamgestem met die stelling, wat reeds as 'n redelik lou reaksie beskou kan word. 30% van die respondente was neutraal of negatief. As die gewenste uitkoms by waardes 2 en 3 lê, stem 45% saam met die stelling. Die Universiteit sou hier 'n hoër waarde wou sien.

In Vraag 25 het die navorser egter 'n gedeelte van die teks gemanipuleer en die indirekte aansprekings of afwesigheid van aansprekings verander na direkte aansprekings. In die vraag

kry die respondent dus twee tekste waarin beide direkte en indirekte aansprekings/geen aansprekings gebruik word. Dit sal dus vir die respondent makliker wees om 'n keuse te maak tussen die twee tekste as dit met mekaar vergelyk kan word.

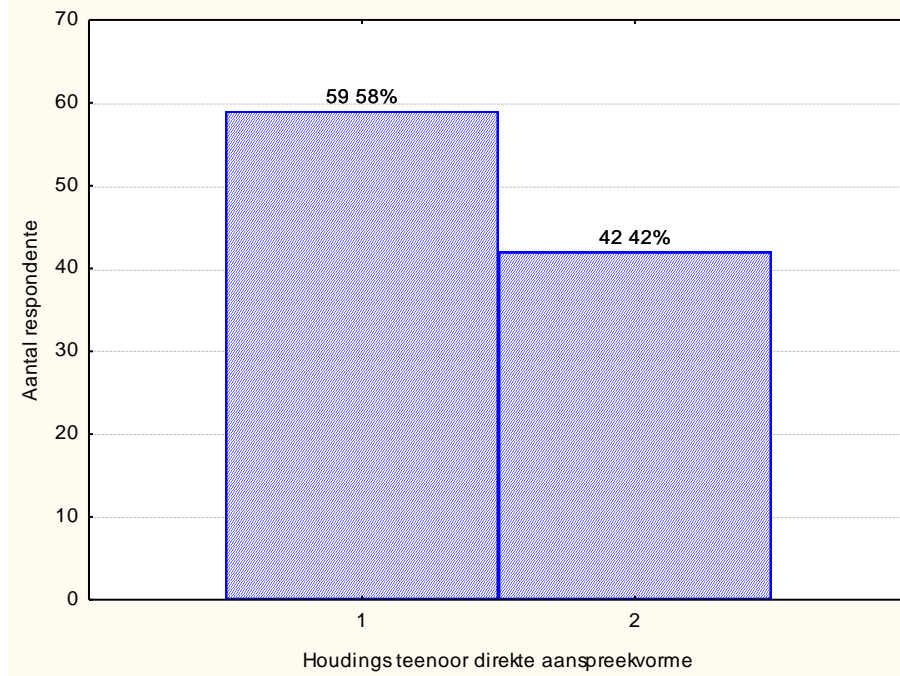
Vraag 25:

Teks 1: Indien jy as eerstejaar voldoen aan die toelatingsvereistes van die program waarvoor jy geregistreer het, let op die volgende:

OF

Teks 2: Ten opsigte van eerstejaars wat voldoen aan die toelatingsvereistes van die program waarvoor hulle registreer:

Soos duidelik in Figuur 5 gesien kan word, het 58% van die respondente Teks 1 gekies waarin hulle direk aangespreek word en slegs 42% het Teks 2 gekies waarin die indirekte aanspreekvorm gebruik word. Die verskil (16%) tussen die respondente se menings is nie oorweldigend groot nie en daarom kan afgelei word dat sekere respondente wel die indirekte en meer onpersoonlike aanspreekvorm verkies. Die feit bly egter dat daar tog 'n voorkeur vir 'n meer mensgerigte benadering is, veral as hierdie data saamgelees word met die ander data in hierdie hoofstuk.

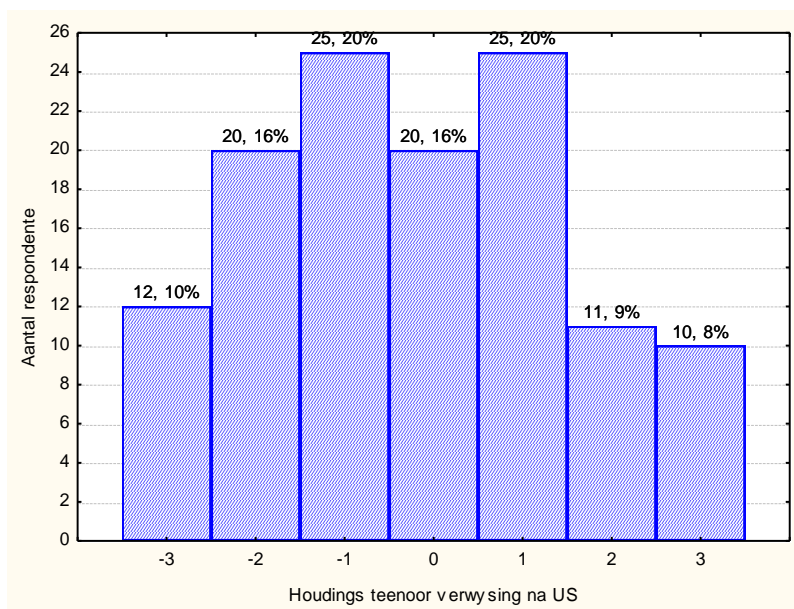


5.3.2.4.2 Verwysing na die skrywer

Vraag 14: *Die manier waarop die skrywer na die Universiteit verwys, laat my voel asof die Universiteit 'n gebou eerder as 'n menslike entiteit is.*

Soos gesien kan word in Figuur 5.1, is die respondente se menings op hierdie vraag redelik verspreid. 20% van die respondente stem min of meer saam met die stelling en dieselfde persentasie (20%) verskil min of meer van die stelling. Die respondente is daarom redelik neutraal oor die stelling. As die -3- en -2-waardes as gewens gesien word (Watter instansie wil nou beoordeel word as 'n nie-menslike entiteit?), is die uitkoms nie so goed vir die Universiteit nie, want slegs 26% kies daardie waardes. Die data stel die US beslis nie in 'n goeie lig nie en dit is daarom belangrik dat die US meer aandag aan die aspek gee. As daar na die onderstaande grafiek gekyk word, behoort daar gevaarligte vir die US te flikker.

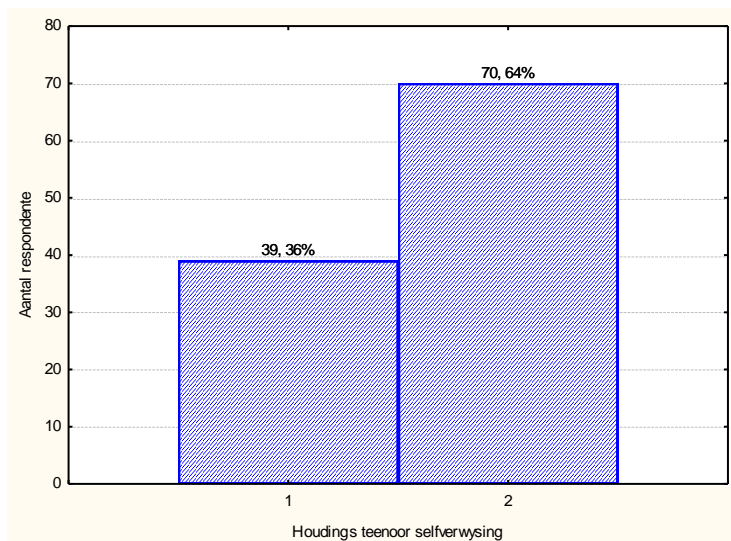
Die skrywer in die US Jaarboeke verwys meestal na die Universiteit as “die Universiteit” en maak nie gebruik van 'n meer persoonlike verwysing soos bv. “ons” nie.

**Vraag 23:**

Teks 1: Skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel die Universiteit inhou.

OF

Teks 2: Ons skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir ons, die Universiteit, inhou.



Figuur 5.11: Respondente se keuse ten opsigte van selfverwysing

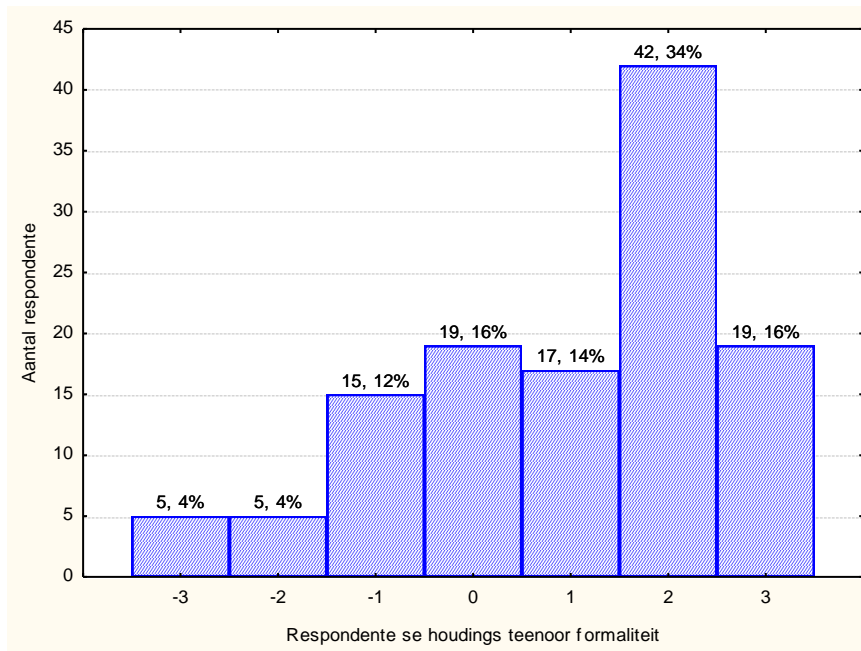
In Vraag 23 het die navorser die oorspronklike teks (Teks 1) gemanipuleer deur van die *eksklusiewe ons* gebruik te maak. Soos gesien kan word in Figuur 5.1, het 64% van die respondente Teks 2 gekies waarin daar na die Universiteit verwys word as “ons”, ’n meer persoonlike verwysing en slegs 36% het Teks 1 gekies.

Hierdie resultaat, gelees saam met ander resultate, bevestig weer eens dat daar ’n dringende behoefte is aan ’n meer persoonlike aanslag in die kommunikasie. In meer persoonlike kommunikasie sal die leser meer gewaardeerd en spesiaal voel en dit sal sodoende die verhouding tussen die US en die studente ook bevorder en uiteindelik die beeld van die US ook positief beïnvloed.

5.3.2.5 Formaliteit

Vraag 8: *Ek voel gemaklik met die manier waarop die inhoud van die teks geskryf is.*

Vraag 8 toets die formaliteit van die teks. Is die teks te formeel en te moeilik vir die leser of is die leser gemaklik met die manier waarop die teks geskryf is? Die grootste persentasie (34%) stem saam (2) met die stelling, 16% stem volledig saam, terwyl 14% reeds ’n bietjie lous staan. 12% van die respondente verskil min of meer (-1) van die stelling, 4% verskil (-2) van die stelling en ’n verdere 4% verskil heeltemal (-3) van die stelling. Die algehele response (64%) op die vraag is egter meestal positief. As waardes 2 en 3 egter as gewens beskou word, is die persentasie 50%, ’n persentasie wat nie sonder meer as gunstig beskou kan word nie. Hoewel die response meer versprei lê, kan afgelei word uit die grafiek dat die respondente hoogstens redelik gemaklik voel met die manier waarop die inhoud van die teks geskryf is. Die response hou dus ’n mate van waarskuwing in vir die instansie. In Vraag 24, word die formaliteit van die teks gemanipuleer deur sekere aspekte te verander.



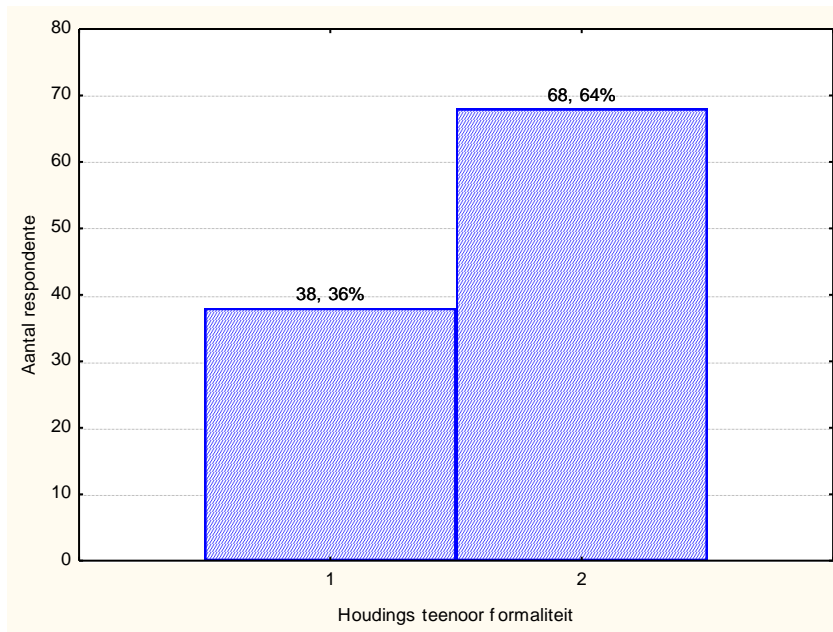
Vraag 24:

Teks 1: Laat aansoeke word egter op meriete oorweeg as daar steeds vakatures is.

OF

Teks 2: Die Universiteit sal jou laat aansoek oorweeg as daar steeds
ongevulde koshuisplekke is.

Die navorser het Teks 1 gemanipuleer deur die formele woord “vakatures” te verander na “ongevulde koshuisplekke”. Die sin is ook verander van die passiewe sinsvorm na die aktiewe sinsvorm. Verder is die meer direkte, waarskuwende frase “op meriete” uitgelaat omdat daar geoordeel word dat dit vanselfsprekend opgesluit is in die woord “oorweeg”, veral as die konteks in ag geneem word. Soos gesien kan word in Figuur 5, het die grootste persentasie (64%) van die respondente Teks 2 gekies en voel dus gemakliker met die meer informele aktiewe sinsvorm.



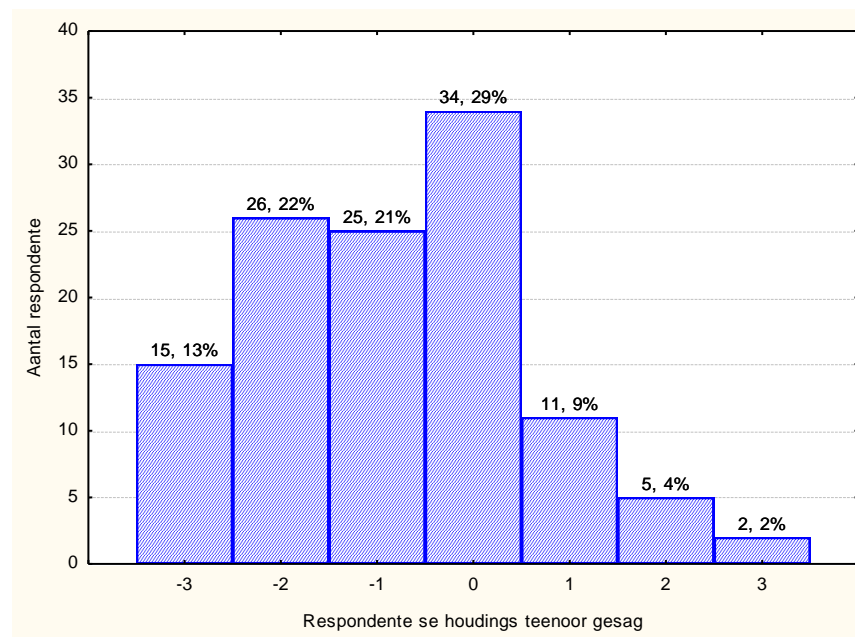
Uit hierdie data, kan daar weer eens afgelei word dat die US sal baat deur gebruik te maak van 'n meer persoonlike en minder formele aanslag in hulle kommunikasie. Sommige woorde in die Jaarboek is te moeilik en ouderwets vir die lesers om te verstaan. Passiewe sinskonstruksies is ook moeiliker om te verstaan en minder menslik as die meer informele, aktiewe sinskonstruksies.

5.3.2.6 Voorskrifte

Vraag 11: Die Universiteit klink soos 'n gesagsfiguur

Die vraag wil toets hoe die lesers die US voorstel soos afgelei kan word in hulle kommunikasie. Is die US streng en voorskriftelik of eerder verwelkomend en behulpsaam?

Die grootste persentasie (29%) van die respondente is neutraal (0) oor die stelling. Dit kan wees dat die respondente onseker was oor die betekenis van 'n "gesagsfiguur". 22% verskil (-2) van die stelling en 13% verskil heeltemal (-3) van die stelling. Slegs 2% van die respondente stem volkome saam (3) dat die US soos 'n gesagsfiguur in hulle kommunikasie klink. As waardes -3 en -2 as meer gewens beskou word, is die gesamentlike persentasie 35%, en selfs al voeg ons daarby waarde -1, sodat dit 56% word, lyk die resultate nie sonder meer goed vir die instansie nie en is daar voldoende waarskuwing dat hier te veel van bo na onder gekommunikeer word. As die vennootskapsidee van die Universiteit – soos vasgevang in die logo – waar gemaak moet word, is hier ruimte vir verandering in die teksontwerp.

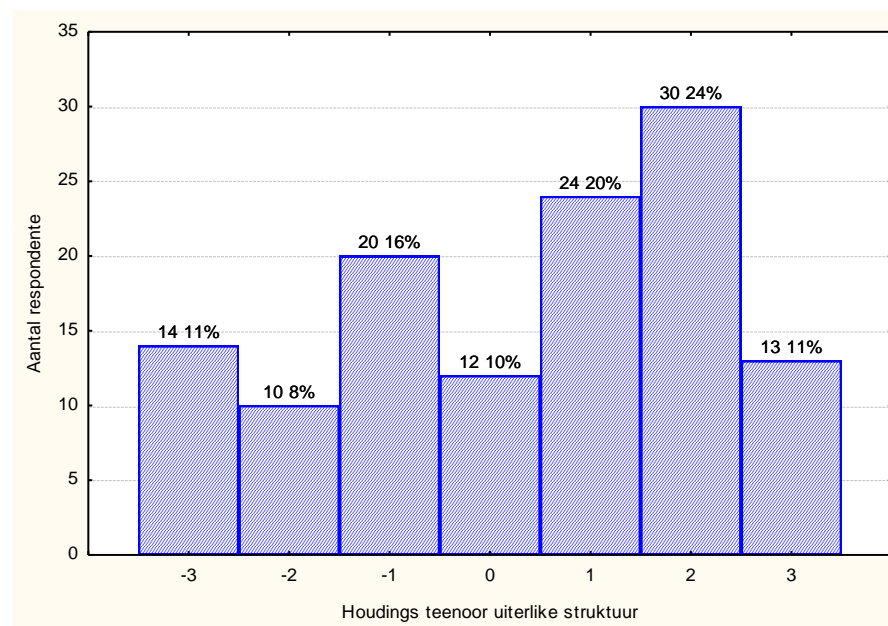


5.3.3 Uiterlike struktuur

Vraag 13: *Die manier waarop die teks uitgelê en gestruktureer is, maak die leesproses moeilik.*

Die onderstaande figuur maak dit duidelik dat die response op die vraag baie verspreid was. Die grootste persentasie (24%) van die respondente het saamgestem (2) met hierdie stelling en 11% het volkome saamgestem (3) met die stelling. 11% van die respondente het heeltemal verskil van die stelling. Die meeste respondente het saamgestem met hierdie stelling en dit is dus 'n aanduiding dat die uiterlike struktuur van die teks nie lesersvriendelik is vir die lesers nie.

Die onderstaande grafiek is nie gunstig vir kommunikasiedoeleindes van die US nie – meer as die helfte (55%) van die respondente het saamgestem met die stelling dat die uiterlike struktuur die leesproses moeilik maak. 'n Verdere 10% van die respondente was neutraal oor die stelling. Dit is kommerwekkend vir die US en belangrike data om in ag te neem. Die ideale grafiek vir die US sou wees as die meerderheid respondente verskil het van die stelling. Dit is egter nie die geval nie en dit word duidelik dat aandag aan hierdie aspek absoluut noodsaaklik is, ook vir die beeld van die US.



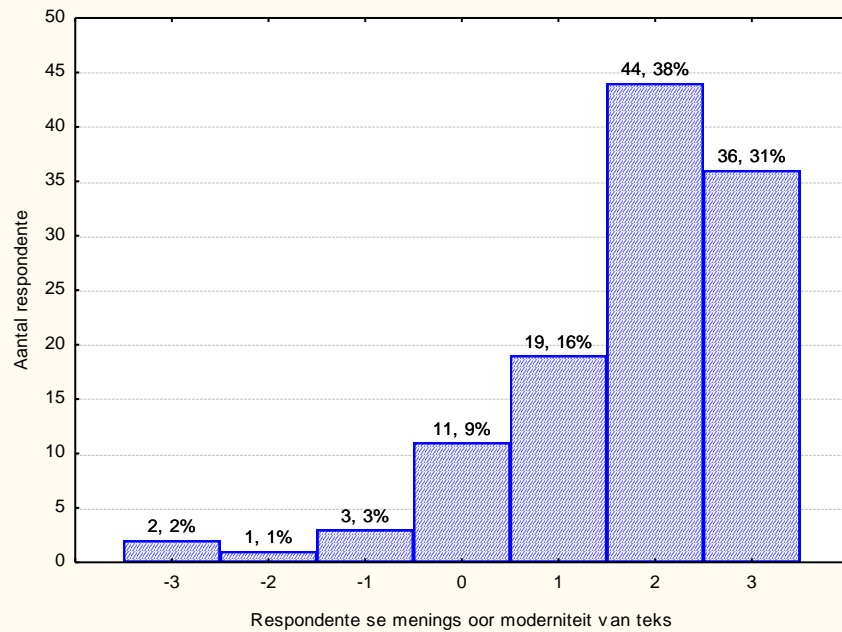
5.3.3.1 Eerste indrukke van die teks

Hierdie afdeling word voorgestel deur verskillende vrae in Afdeling C in die vraelys. Die vrae moet beantwoord word nadat Teks A deeglik gelees is. Al die vrae, behalwe vir Vraag 17 word gevra volgens die Likert-skaalmetode.

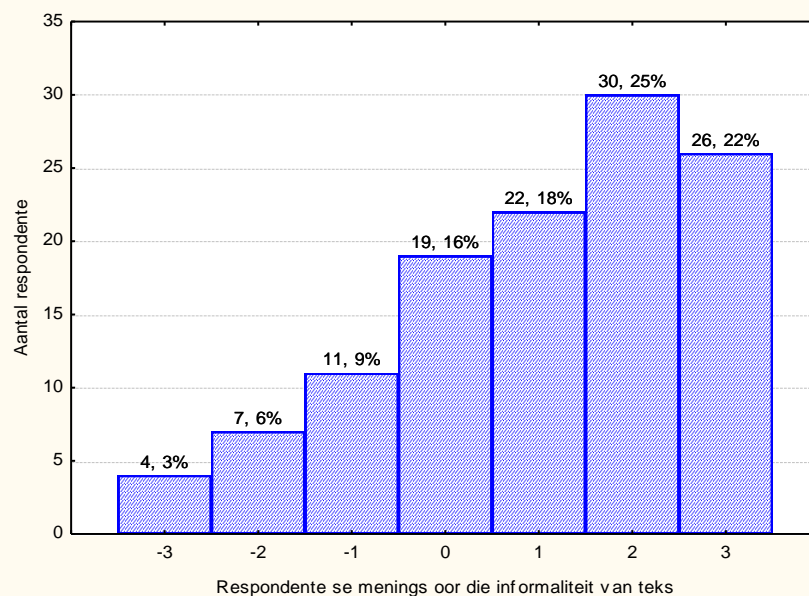
Vraag 1 is soortgelyk aan Vraag 5 in die vorige afdeling. In dié geval word die beskrywings of eerste indrukke egter gerig op Teks A, 'n uittreksel uit die Algemene Jaarboek (p.193). Daar is tien eerste indrukke wat in 'n tabel aan die respondente gegee word, vyf positiewe indrukke en vyf negatiewe indrukke. Die respondent moet hierdie indrukke volgens die Likert-skaal beoordeel deur dit toe te pas op die betrokke teks.

Ouderwets	Modern
Formeel	Informeel
Onprofessioneel	Professioneel
Nie lesersvriendelik	Lesersvriendelik
Onvolledig	Volledig

Tabel 5.2: Beskrywings van respondente se eerste indrukke.



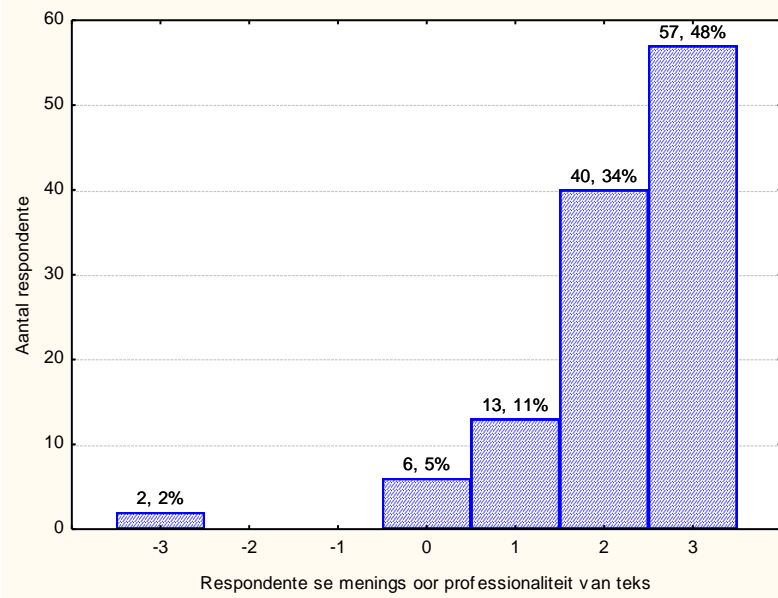
Die algehele response in hierdie vraag was meestal positief. Die meeste respondente het hulle eerste indrukke van die teks as modern geformuleer. 31% van die respondente het volkome saamgestem (3) dat die teks modern lyk en nog 38% het saamgestem (2) met die stelling. Slegs 'n klein persentasie naamlik 2% van die respondente het hulle eerste indrukke van die teks as ouderwets geformuleer. Hierdie resultaat is eintlik verbasend in die lig van die analise en vorige oordele oor die jaarboeke, en dit is nie duidelik hoe hierdie resultate verklaar moet word nie.



Die grootste persentasie van die respondente het die teks as informeel beskryf. 22% het volkome saamgestem (3) dat die teks informeel is en 25% het ook saamgestem (2) met hierdie stelling. Daar is egter 'n redelik persentasie (18%) van die repondente wat hulle eerste indrukke van die teks as formeel beskryf het soos gesien kan word op die grafiek. 'n Verdere 16% van die respondente was neutraal oor die formaliteit van die teks.

Ten spyte daarvan dat die data gunstig is vir die US, is dit verwarrend dat die respondente die teks as meestal informeel beskryf. Die Algemene Jaarboek van die US is beslis 'n baie formele dokument. Dit is een van die grootste komplikasies waaraan die Jaarboeke lei en ook een van die redes wat aanleiding gegee het tot die studie. Moontlike verklarings vir die response kan wees dat die respondente eenvoudig net nie weet hoe om die formaliteit van 'n teks te evalueer nie. Of dit kan weer eens toegeskryf word aan die respondente se behoefte om die navorser tevrede te stel deur die antwoorde op die vrae te verskaf wat hulle dink die navorser wil hoor. Hierdie data is egter nie beduidend nie, omdat dit nie die problematiek van die formele aanslag in die Jaarboeke genoeg beklemtoon nie.

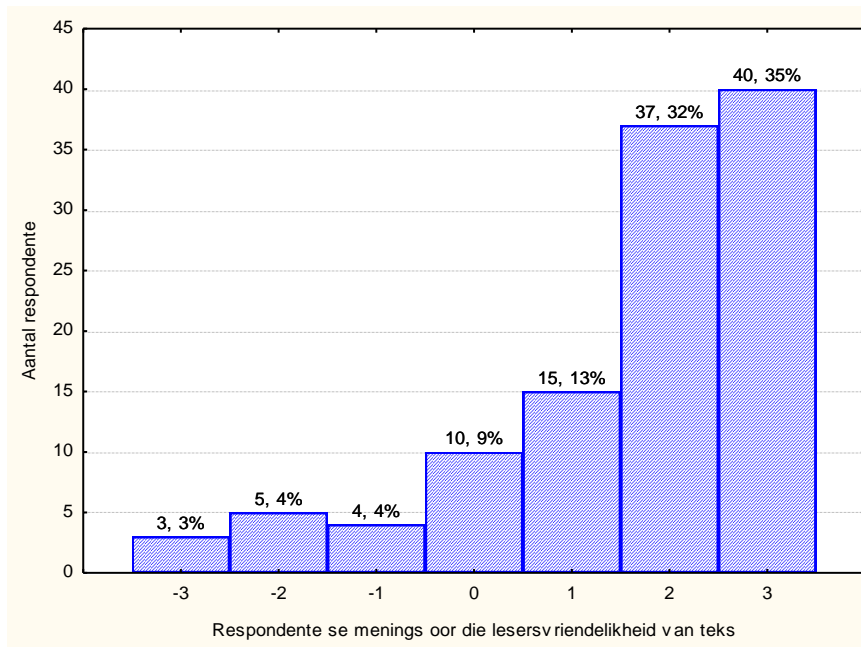
Die feit bly egter dat hierdie resultate waarskuwings inhou oor die soort oordele wat van respondente gevra kan word, 'n saak wat in verdere ondersoek deeglik verreken sal moet word.



'n Baie groot persentasie van die respondente het aangevoer dat hulle eerste indrukke van die teks professioneel was. Aan die positiewe kant, het 48% van die respondente volkome saamgestem (3) dat die teks professioneel lyk en 34% het ook saamgestem (2) met die stelling. Slegs 2% van die respondente het aangevoer dat die teks onprofessioneel (-3) vir hulle lyk.

Hieruit kan duidelik afgelei word dat die teks vir die respondente professioneel voorkom. Die bostaande grafiek dui duidelik aan dat die respondente positief op die vrae gereageer het en daarom dus die US in 'n goeie lig stel. 'n Professionele dokument sal daartoe lei dat die beeld van die US positief beïnvloed word.

Weer eens is die resultaat tog 'n bietjie verrassend en moet daar vrae gestel word oor die wyse waarop die vraag geformuleer was en die vermoë van die respondente om oordele te gee oor konstrakte soos professionaliteit.

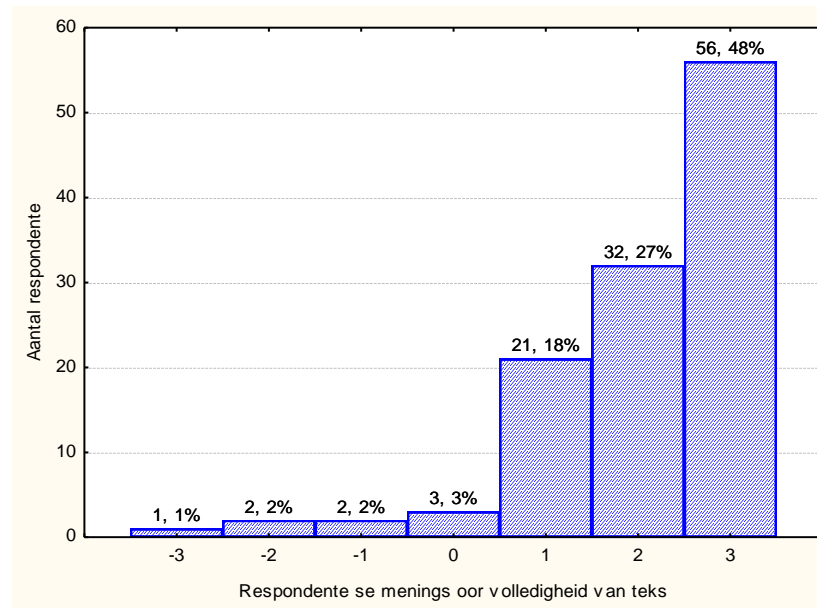


35% van die respondente het volkome saamgestem (3) dat die teks lesersvriendelik lyk en 32% het ook saamgestem (2) met hierdie stelling. 3% van die respondente het heeltemal verskil (-3) met die stelling en eerder geredeneer dat die teks nie lesersvriendelik voorkom nie.

'n Persentasie van 67% van die respondente het die teks as lesersvriendelik beoordeel – 'n statistiek wat weer eens lastig is en wat nogmaals waarsku oor die wyse waarop oordele van lesers ingewin word. Die Algemene Jaarboeke van die US lei grootliks onder die feit dat dit juis nie lesersvriendelik is nie. Die resultate kan weer eens moontlik toegeskryf word aan die onkunde van die respondente rakende begrippe soos lesergerigtheid, en dat mens dus meer peil moet trek op vrae wat hierdie begrippe operasionaliseer in konstrakte wat vir die leser meer deursigtig en begryplik is.

Die meeste respondente (48%) het volkome saamgestem (3) dat die teks volledig lyk. Die ander respondente het ook positief gevoel dat die teks baie volledig voorkom. Enkele respondente het die teks as onvolledig beskryf soos gesien kan word in die onderstaande grafiek. Die Jaarboeke van die US is beslis volledig, 'n stelling wat ook as 'n probleem gesien kan word. Die

inligtingsdigtheid in die US Jaarboeke is baie hoog en dit kan die beeld van die US negatief beïnvloed.

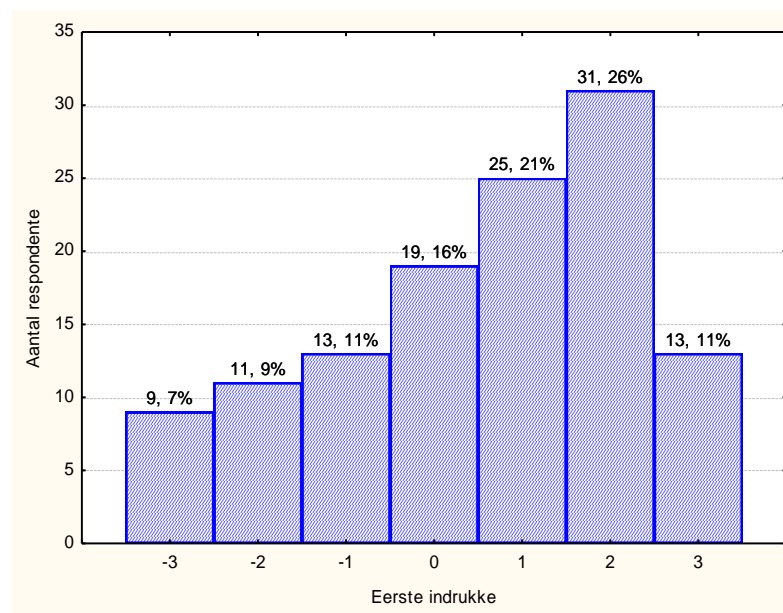


Dit is dus duidelik uit die bostaande grafieke dat die respondente se eerste indrukke van die teks meestal positief is. Sover is die respondente se beeld asook hulle eerste indrukke van die US baie positief. Die vraag is egter of die beeld verander na deeglike kennismaking met die dokumentasie van die US.

Vraag 5: *Met die eerste oogopslag, het die teks 'n goeie indruk op my gemaak.*

Die grootste persentasie (26%) van die respondente het saamgestem (2) met die stelling, met 11% wat aangedui het dat hulle volkome saamstem met die stelling. As response 2 en 3 as gewens beskou word, het 37% dus geoordeel dat hulle voldoende positief voel oor die stelling. 16% van die respondente was neutraal (0) oor hierdie stelling, en daar was heelwat wat nie saamgestem het met die stelling nie. 7% van die respondente het heeltemal verskil (-3) met die stelling en 'n verdere 9% het verskil (-2) van hierdie stelling. 11% van die respondente het min of meer verskil (-1) van die stelling.

'n Algehele persentasie van 43% was of neutraal of het verskil van die bogenoemde stelling dat die teks 'n goeie indruk op hulle gemaak het. Dit is in teenstelling met die data van die Vraag 1. Die verskil kan toegeskryf word daaraan dat die respondente hierdie vraag beter begryp het, veral dat dit meer direk betrekking gehad het op 'n tipiese oordeel wat hulle dikwels oor objekte moet gee. Gegee die spreiding van die persentasies, kan mens oordeel dat die resultaat nie sonder meer positief is vir die Universiteit nie en dat daar hieraan aandag bestee behoort te word. Eerste indrukke speel 'n belangrike rol in die vestiging van houdings teenoor die US en uiteindelik die beeld van die US. Dokumente wat 'n goeie eerste indruk maak, staan 'n beter kans om die beeld van die betrokke instansie positief te beïnvloed.



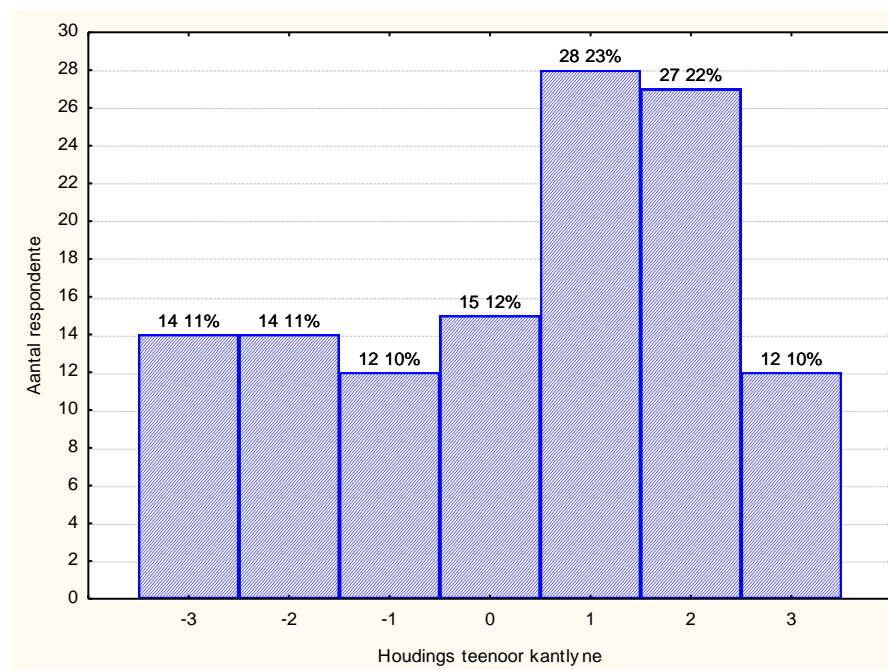
5.3.3.2 Kantlyne

Vraag 7: *Dit is moeilik om die teks met die blote oog te volg.*

Die doel met die vraag was om die gebrek aan ordentlike kantlyne in die teks te toets, maar die respondente kon moontlik ook die vraag beantwoord deur bv. te kyk na die grootte van die teks. 'n Verdere komplikasie van die vraag kon moontlik wees of die respondente die frase

“blote oog” verstaan het. Die bedoeling met die frase was juis om die eerste “leesindruk” vas te lê met ’n alledaagse uitdrukking. Die vraag sou ook beter beantwoord kon word as die lesers die werklike Jaarboek by hulle gehad het om te sien dat die teks soms wegraak waar die boek gebind moet word.

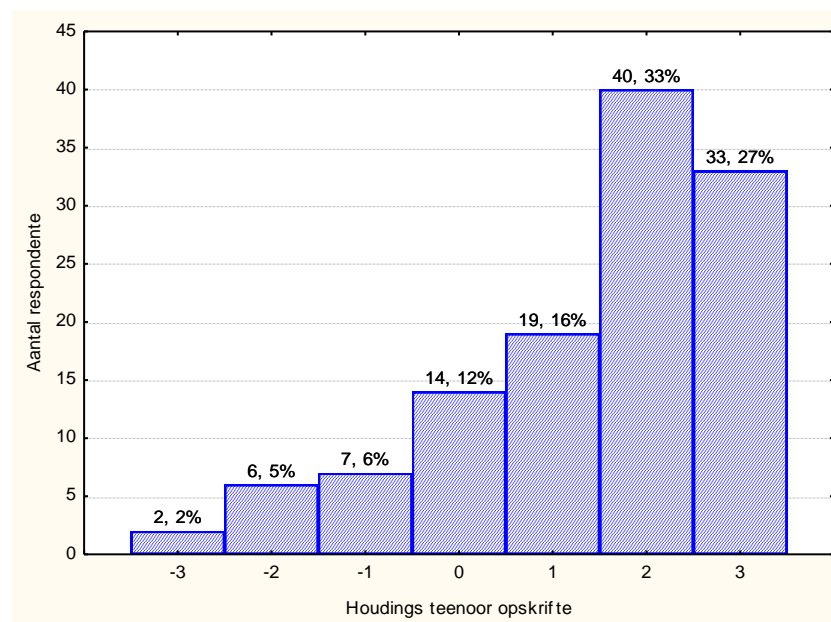
Die grootste persentasie (23%) van die respondente min of meer saamgestem (1) met die stelling en 22% stem saam (2) met die stelling en 10% stem volkome saam. Meer as die helfte (55%) van die respondente het saamgestem met die stelling en ’n verdere 12% was neutraal. Die resultaat is nie vir die US gunstig nie en dit is daarom noodsaaklik dat die US hierdie data deeglik in ag moet neem, omdat die lesers dit moeilik vind om die teks te lees. Dit kan toegeskryf word aan verskeie redes, maar die ontwerpers van die Algemene Jaarboeke van die US moet spesiale aandag aan die aspek van tipografie gee, veral die feit dat die bladspieël so behoorlik gevul word. Dit gee aan die teks ’n grys, ondeurdringbare karakter wat nie moderne tipografiese ontwerp tegnieke in ag neem en aan die teks (en dus ook die instansie) ’n negatiewe beeld gee.



5.3.3.3 Opskrifte

Vraag 12: *Die opskrifte in die teks is duidelik en help my om inligting te vind.*

Die response op die vraag was baie positief met 33% van die respondente wat saamstem (2) met die stelling en 27% wat volkome saamstem (3) met die stelling. Slegs 2% van die respondente het heeltemal verskil (-3) van die stelling. Hierdie resultaat was verrassend goed, gegee die feit dat analise van die opskrifte juis 'n probleem identifiseer wat in die teks verbeter kan word.



Sowat 25% van die respondente het gevoel dat die opskrifte in die teks nie duidelik en groot genoeg is om hulle te help om inligting te vind nie. Die statistiek is steeds beduidend en belangrik vir die US om in ag te neem. Ten spyte daarvan dat die response meestal positief was op die vraag, moet die bogenoemde statistiek verkieslik so klein as moontlik wees. In die geval het 'n kwart van die respondente steeds die opskrifte as problematies beoordeel.

5.3.3.4 Paragrafe

Vraag 27 het die aspek van paragrafe getoets. In die vraag het die navorser twee tekste aan die leser gegee, die oorspronklike Teks 1 en die gemanipuleerde weergawe, Teks 2. Die navorser het in Teks 2 die paragrafe duideliker gemaak en sodoende ook meer struktuur aan die teks gegee. Die respondente moes dan die teks kies wat vir hulle die beste lyk.

Vraag 27:

Teks 1:

Programinhoud en -struktuur

Besonderhede

Die program strek oor drie jaar en bestaan uit vyf eerstejaarsvakke, vier tweedejaarsvakke en twee en 'n halwe derdejaarsvakke plus twee metamodules. Die program lei tot nagraadse studie, met dien verstande dat aan die toelatingsvereistes vir nagraadse studie voldoen word.

Studente wat nie 'n Afrikataal as huistaal of as matriekvak gevolg het nie, moet Basiese Xhosa as vak kies. Studente met 'n Afrikataal as matriekvak of huistaal moet Afrikaans of English Studies as vak kies. Die student doen in elk van die twee hoofvakke 'n hoeveelheid werk wat daarop gerig is om die integrasie van die inhoud binne en tussen dié twee vakke te verhoog en om die koherensie van die program in sy geheel te bevorder. Hierdie werk, wat deel van die proses van geïntegreerde assessering vorm, kan verskeie vorms aanneem: (interdepartementele) seminare, skriftelike werkstukke, verskillende vorms van praktiese werk, ens.

Vir nadere inligting oor die keuse van modules by die vakke Politieke Wetenskap en Sosiologie, raadpleeg die Departemente Politieke Wetenskap en Sosiologie se inskrywings in Afdeling 6, "Module-inhoud".

OF

Teks 2:

7.2 Programinhoud en –struktuur

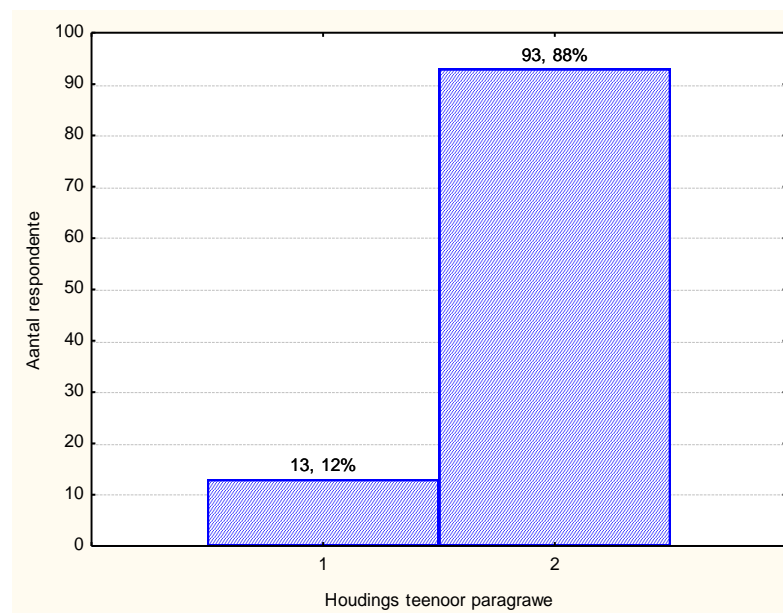
7.2.1 Besonderhede

Die program strek oor drie jaar en bestaan uit vyf eerstejaarsvakke, vier tweedejaarsvakke en twee en 'n halwe derdejaarsvakke plus twee metamodules. Die program lei tot nagraadse studie, indien daar aan die toelatingsvereistes vir nagraadse studie voldoen word.

As jy nie 'n Afrikataal as huistaal of as matriekvak gevolg het nie, moet jy Basiese Xhosa as vak kies. As jy egter 'n Afrikataal as matriekvak gehad het of as huistaal het moet jy Afrikaans of English Studies as vak kies. Jy doen in elk van die twee hoofvakke 'n hoeveelheid werk wat daarop gerig is om die samehang van die program in sy geheel te bevorder. Hierdie werk, wat deel van die proses van geïntegreerde assessering vorm, kan verskeie vorms aanneem: (interdepartementele) seminare, skriftelike werkstukke, verskillende vorms van praktiese werk, ens.

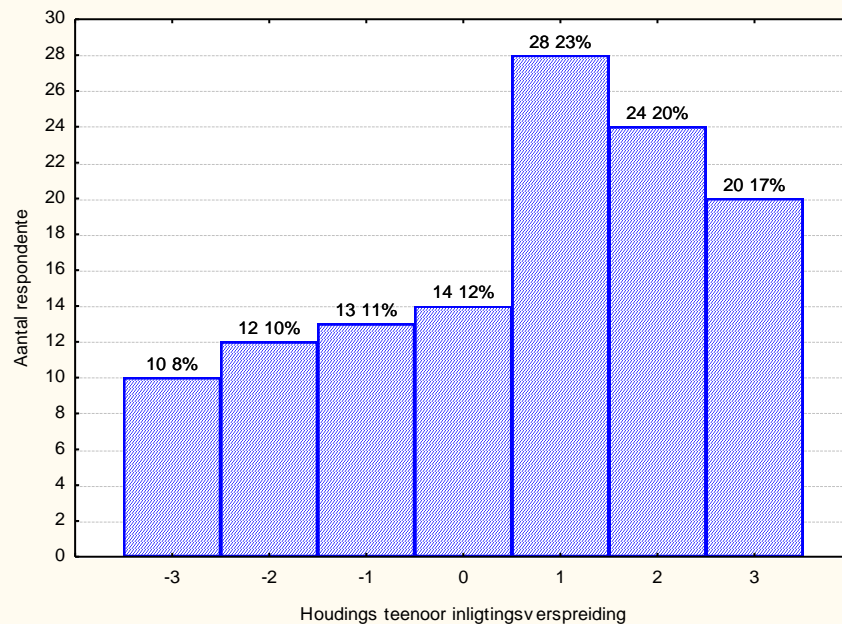
Vir nadere inligting oor die keuse van modules by die vakke Politieke Wetenskap en Sosiologie, raadpleeg ons Departementele Politieke Wetenskap en Sosiologie se inskrywings in Afdeling 6, "Module-inhoude".

Figuur 5.18 dui aan dat die meeste respondente (88%) Teks 2 gekies het. 12% van die respondente het Teks 1 gekies. Dit is daarom duidelik dat Teks 2 die beste gelyk het vir die meerderheid respondente. In die teks is die uiterlike struktuur verbeter deur die paragrawe duideliker te maak. Dit is noodsaaklik vir die US om op die aspek van paragrawe te fokus in hulle dokumentasie en sodoende die algehele uitleg van die dokument te verbeter.



5.3.4 Inligtingsverspreiding

Vraag 9: *Die inligting in die teks is opeengehoop en ingedruk.*



Figuur 5.19: Respondente se houding teenoor die inligtingsverspreiding in Teks A.

Hierdie resultate kan saamgelees word met die resultate van Vraag 7. Die meeste respondente (23%) het min of meer saamgestem (1) met hierdie stelling en 'n verdere 37% het ook positief gereageer op die stelling (waardes 2 en 3). Daar was ook negatiewe response op hierdie stelling, maar die oorgrootte meerderheid stem saam dat die inligting opeengehoop en ingedruk in die teks voorkom. As mens in ag neem dat jy graag die oorwig van oordele in hierdie geval by waardes -3 en -2 sou wou sien, is die uitkoms vir die Universiteit nie besonder gunstig nie.

'n Algehele persentasie van 60% van die respondente stem saam met die stelling dat die inligting in die US Jaarboeke opeengehoop en ingedruk voorkom. Die vraag verwys ook na die inligtingsdigtheid van die teks. Die opeengehoopte inligting in die teks maak die leesproses moeilik en dit maak dit ook moeiliker vir die lesers om inligting in die teks te kry.

Die US moet werk maak van hierdie aspek, siende dat dit die beeld van die US negatief kan beïnvloed. Inligting wat vir die leser onhanteerbaar oorkom, veroorsaak irritasie en moet byna noodwendig lei tot die vorming van negatiewe oordele oor die teks en die instansie agter die teks.

Vraag 26:

Teks 1:

Losies

1. Koshuisplasingsbeleid

1.1 Uitgangspunte

- 1.1.1 Koshuisakkomodasie behoort as strategiese bate bestuur te word om suksesvolle studie te help verseker.
- 1.1.2 'n Eerste vereiste hiervoor is dat 'n positiewe leer-omgewing in koshuise geskep moet word.
- 1.1.3 Daar behoort onder andere verseker te word dat die studente wie se kanse op suksesvolle studie betekenisvol deur koshuisakkomodasie verbeter kan word, voorkeur kry by die toekenning van koshuisplekke (die "voorkeur"-kategorie(ë)).
- 1.1.4 Uitnemendheid en Diversiteit, wat mekaar nie uitsluit nie, behoort in gelyke mate voorkeur te kry by die toekenning van koshuisplekke.
- 1.1.5 Volgens die beginsel van gelyke regte behoort elke aansoeker wat aan die toelatingsvereistes van die US voldoen, 'n kans hê om koshuisakkomodasie te bekom.

1.2 Strategieë

- 1.2.1 Voorkeurkategorieë: Ons identifiseer kategorieë van studente wat akademies en sosiaal aan groter risiko's blootgestel is en gee by die toekenning en behoud van koshuisplekke voorkeur aan dié studente.
- 1.2.2 Ons skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir ons, as Universiteit inhou.
- 1.2.3 Ons bestuur die geleidelike groei van die voorkeurkategorieë in die lig van aanvraag en die sukses wat daarmee behaal word.

OF

Teks 2

Losies

1. KOSHUISPLASINGSBELEID

1.1 Uitgangspunte

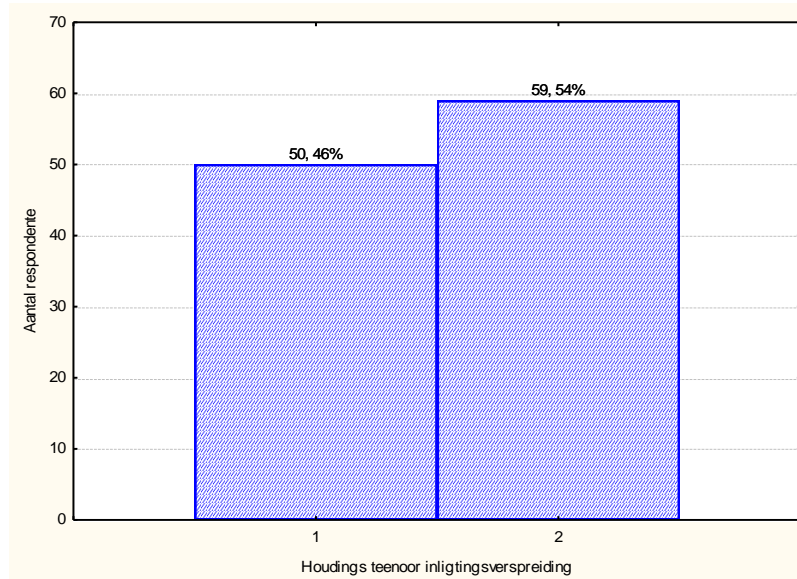
- 1.1.1 Koshuisakkommodasie behoort as strategiese bate bestuur te word om suksesvolle studie te help verseker.
- 1.1.2 'n Eerste vereiste hiervoor is dat 'n positiewe leer-omgewing in koshuise geskep moet word.
- 1.1.3 Daar behoort onder andere verseker te word dat dié studente wie se kanse op suksesvolle studie betekenisvol deur koshuisakkommodasie verbeter kan word, voorkeur kry by die toekenning van koshuisplekke (die "voorkeur"-kategorie(ë)).
- 1.1.4 Uitnemendheid en Diversiteit, wat mekaar nie uitsluit nie, behoort in gelyke mate voorkeur te kry by die toekenning van koshuisplekke.
- 1.1.5 Volgens die beginsel van gelykberegtiging behoort elke aansoeker wat aan die toelatingsvereistes van die US voldoen, 'n kans te hê om koshuisakkommodasie te bekom.

1.2 Strategieë

- 1.2.1 Voorkeurkategorie(ë): Identifiseer kategorieë van studente wat akademies en sosiaal aan groter risiko's blootgestel is en verleen by die toekenning en behoud van koshuisplekke voorkeur aan dié studente.
- 1.2.2 Skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir die Universiteit inhou.
- 1.2.3 Bestuur die geleidelike groei van die voorkeurkategorie(ë) in die lig van aanvraag en die sukses wat daarmee behaal word.

In Vraag 26, het die navorser Teks 2 (oorspronklike teks) gemanipuleer deur die inligting meer te versprei. Hierdie teks word voorgestel deur Teks 1. Met "verspreiding" word hier dan veral

bedoel “beter tipografiese spreiding”, sodat veral die toeganklikheid en leesbaarheid van die teks verhoog word.



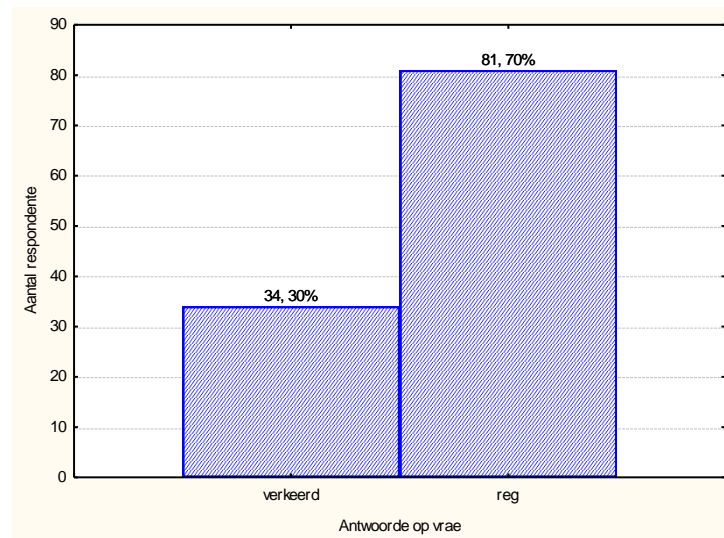
Soos gesien kan word uit die bogenoemde grafiek, het 54% van die respondente Teks 2 gekies en 46% Teks 1. Uit die grafiek, kan afgelei word dat die verskil baie klein is, maar tog dat die resultaat verrassend is. In terme van heersende ontwerppraktyke is Teks 2 veel beter as Teks 1. Daar moet egter daarop gelet word dat daar 'n komplikasie was met die vraag by die eerste data-insameling, omdat Teks 1 ligter afgedruk het as Teks 2. Ten spyte daarvan dat die respondente nie die teks moes lees nie, het dit steeds 'n invloed op hulle keuse in die vraag gehad. In die geval was daar dus 'n probleem met die metodologie en het dit ongelukkig die respondente se antwoorde beïnvloed.

5.3.5 Gebruikersvriendelikheid

In hierdie afdeling van die vraelys, wou die navorser toets of die dokument gebruikersvriendelik is vir die leser (usability testing). Die vrae is gerig op Teks B, 'n uittreksel uit die Jaarboek Lettere en Wysbegeerte, wat handel oor die graad BA in Menslike Hulpbronbestuur. Die volgende vrae is aan die respondente gevra en daardeur wou die navorser toets of die

respondente die vrae reg of verkeerd beantwoord en dus die teks korrek gebruik en korrek daarop reageer.

Vraag 18: *Hoeveel persent moet jy vir Wiskunde HG kry indien jy beplan om Statistiek 186 in jou eerste jaar te neem?*

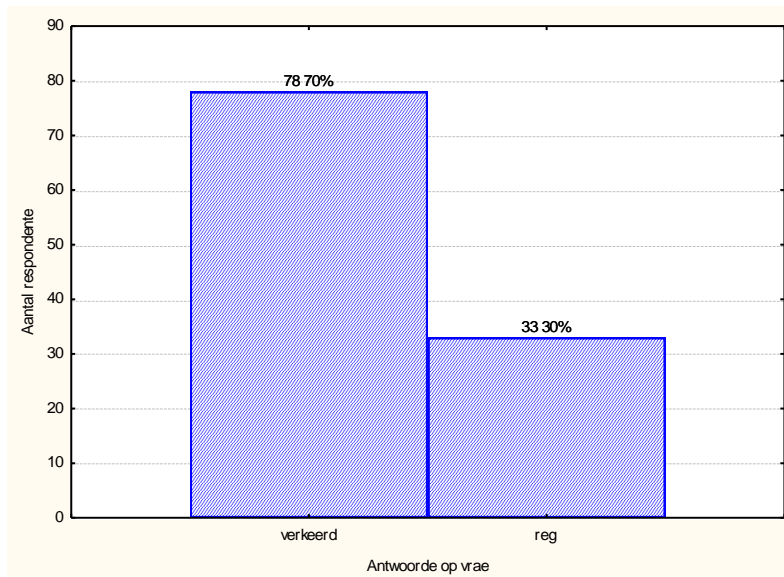


70% van die respondente het hierdie vraag reg beantwoord en 30% het dit verkeerd beantwoord. Die persentasie verkeerde antwoorde kan toegeskryf word aan die eenvoudige verduideliking dat lesers nie die teks deeglik lees nie. Dit kan ook toegeskryf word daaraan dat die lesers nie weet waar om na die inligting te soek nie.

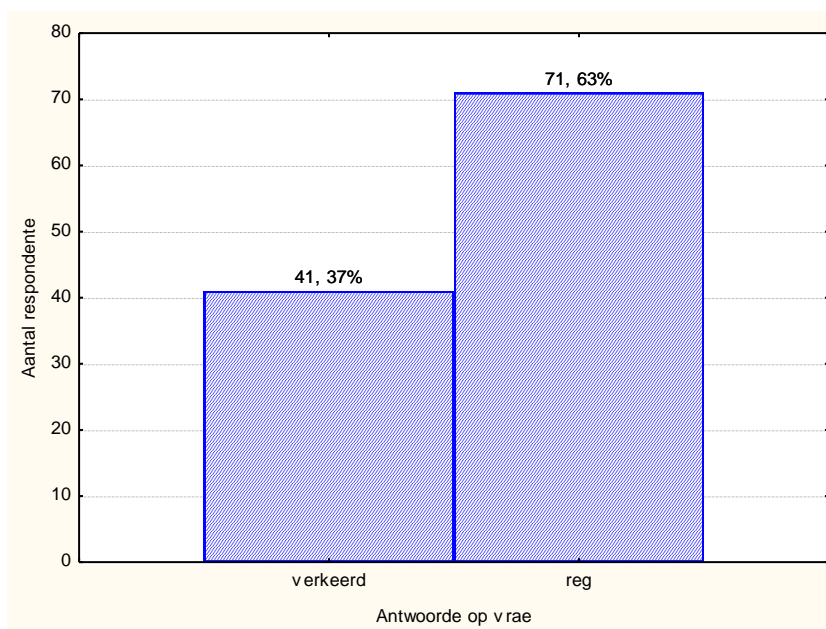
Vraag 19: *Hoeveel ekstra vakke moet jy in jou eerste jaar neem in hierdie kursus?*

Die grootste hoeveelheid (70%) van die respondente het hierdie vraag verkeerd beantwoord, en slegs 30% het die vraag reg beantwoord. Hierdie vraag is beslis problematies vir die US. 70% van die respondente het nie geweet hoeveel ekstra vakke hulle in hulle eerste jaar moet neem nie. Die groot persentasie verkeerde antwoorde op die vraag kan toegeskryf word daaraan dat die leser nie die inligting kan kry nie of selfs nie kan onderskei tussen verpligte vakke in die kursus en addisionele ekstra vakke nie. Die uitleg van die teks verhoed die leser om die nodige inligting te vind. Omdat hierdie inligting baie belangrik is vir enige eerstejaar wat

beplan om die kursus te gaan studeer, sal die US 'n herontwerp van die tipe teks moet oorweeg om hierdie statistiek te verminder.



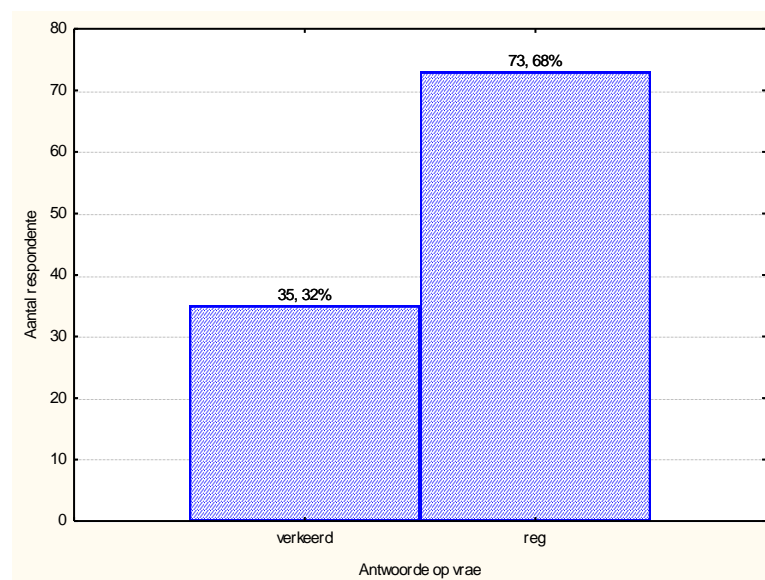
Vraag 20: *Hoeveel vakke gaan jy in jou tweede jaar altesaam hê?*



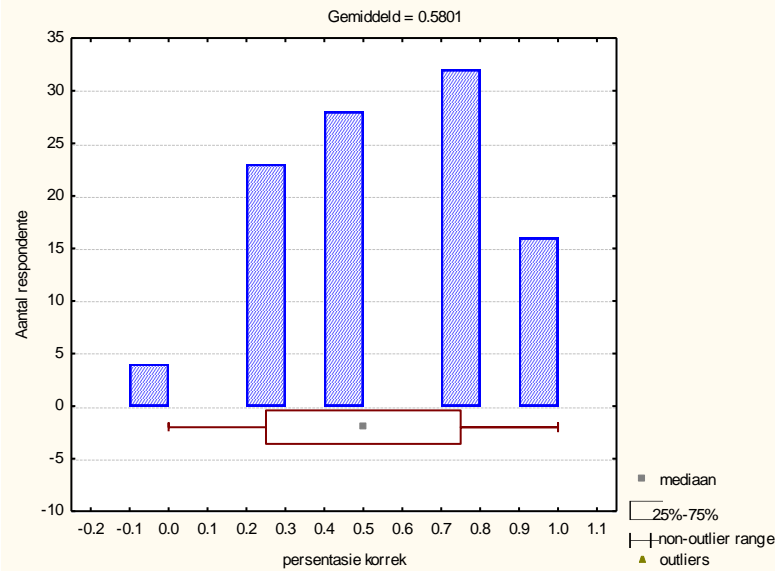
63% het hierdie vraag reg beantwoord en 37% het die vraag verkeerd beantwoord. Die persentasie respondente wat hierdie vraag verkeerd beantwoord het, is steeds te hoog vir die doeleindes van die US. 'n Persentasie van amper 40% weet nie hoeveel vakke hulle in hulle tweede jaar in die kursus moet hê nie. Hierdie tipe verwarring lei sonder twyfel tot 'n styging in die administratiewe las aan die kant van kursusadministrasie. Uiteindelik lei al hierdie scenario's na een groot gevolg – die beeld van die US word in 'n negatiewe lig gestel.

Vraag 21: *Hoeveel ekstra modules moet jy in jou derde jaar byneem?*

68% van die respondente het hierdie vraag reg beantwoord en 32% het die vraag verkeerd beantwoord. Weer eens is die persentasie verkeerde response te hoog en behoort dit steeds 'n bron van kommer vir die US te wees. Hierdie persentasie moet so klein as moontlik wees om sodoende die verstaanbaarheid van die teks te verseker.

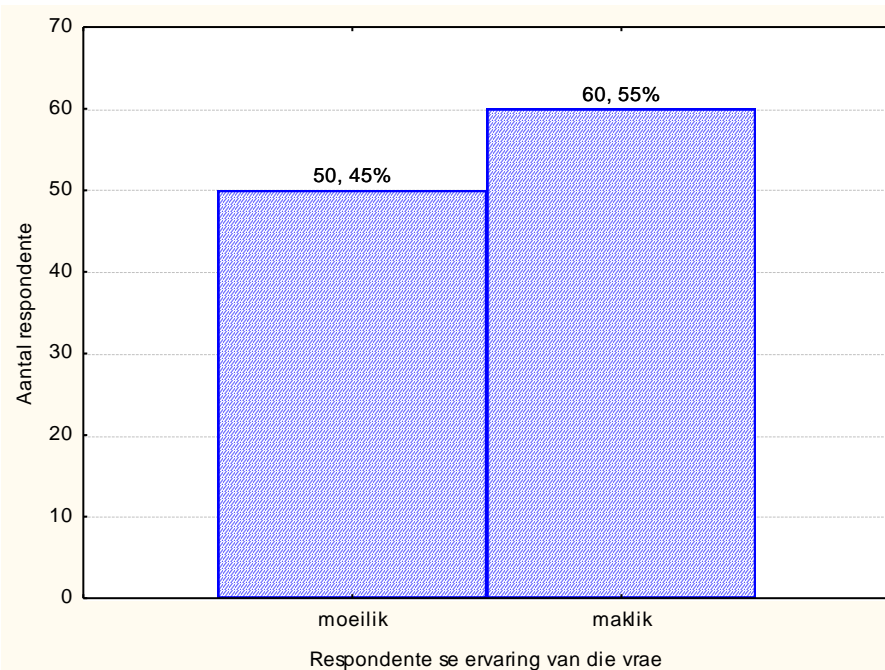


Die meeste respondente het hierdie vrae reg beantwoord, maar daar was steeds 'n redelike hoeveelheid respondente wat die vrae verkeerd beantwoord het. Vir die doeleindes en die verbetering van die US dokumentasie, moet daar op die persentasie respondente gefokus word wat die vrae verkeerd beantwoord word. Die gemiddelde van die vier vrae word verskaf in die grafiek hieronder. Die respondente het 'n gemiddelde van 58% gekry vir die "toetsie".



Dit kan daarom afgelei word dat die Jaarboek van Lettere en Wysbegeerte nie baie gebruikersvriendelik is nie, omdat 'n groot persentasie van die respondente steeds gesukkel het om die inligting te vind en te verstaan. Hierdie is 'n belangrike aspek waarop die US moet fokus om sodoende hulle kommunikasie te verbeter.

Vraag 22: *Hoe maklik of moeilik was dit vir jou om die bogenoemde antwoorde vinnig te vind?*

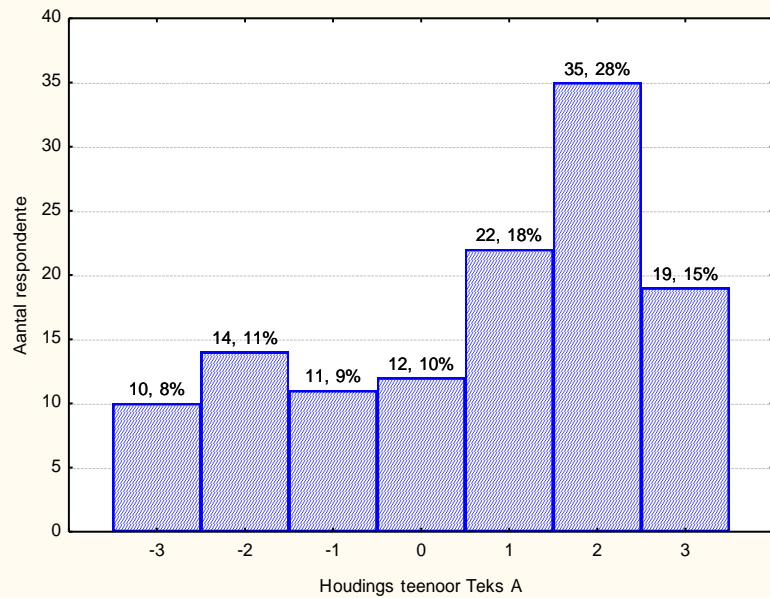


55% van die respondente het dit maklik gevind om die vrae vinnig te beantwoord en 45% het dit moeilik gevind om die vrae vinnig te beantwoord. 'n Beduidende persentasie van die respondente het dus gesukkel om die vrae vinnig en akkuraat in te vul. Dit sal beslis 'n komplikasie wees vir die US as voornemende studente sukkel om te verstaan wat van hulle in hulle onderskeie kursusse verwag word. Soos alreeds genoem, sal dit lei tot baie ander verskuilde onkoste. Dit sal dus wys wees vir die US om aandag aan hierdie aspek te gee.

5.3.6 Invloed van Teks A op beeld van respondent

Vraag 16: *Nadat ek die teks gelees het, is ek nog meer opgewonde om by die US te gaan studeer.*

Vraag 16 is die kernvraag van die navorsing. Dit is die belangrikste vraag wat die studie wil beantwoord. Figuur 5.23 beantwoord hierdie vraag. Die grootste persentasie (28%) van die respondente stem saam (2) met die stelling. Die tweede grootste persentasie (18%) van die respondente stem min of meer saam (1) met die stelling, terwyl 15% volkome saamstem. Vir die meeste respondente het die teks dus hulle beeld van die US positief beïnvloed. As waardes 3 en 2 egter gesien word as die gewenste waardes op 'n vraag soos hierdie, is slegs 43% van die respondente positief oor die vraag. 38% van die respondente was egter of neutraal of het verskil van hierdie stelling. Vir hierdie respondente het die US Jaarboeke die US vir hulle in 'n negatiewe lig gestel. Dit is belangrik vir die US om hierdie respondente se menings in ag te neem en om hierdie persentasie so laag as moontlik te hou. Soos wat afgelei kan word uit die grafiek, is dit nie die ideale grafiek vir die US nie. 'n Ideale grafiek sou wees as die kurwe so laag as moontlik aan die linkerkant was en so hoog as moontlik aan die regterkant. Die US het daarom voldoende rede om te fokus op al die problematiese aspekte wat in die vorige afdelings bespreek is om in die proses die beeld van die US in 'n sterker positiewe lig te stel.



Vraag 17: *Beskryf die teks in jou eie woorde / Enige verdere kommentaar sal baie waardeer Word.*

Hierdie vraag se doelwit was om kwalitatiewe data van die respondente in te samel om sodoende sekere probleme van die teks te identifiseer uit die perspektief van die respondente. By hierdie vraag gaan die positiewe data in een kolom aangebied word en die negatiewe data in 'n ander kolom.

Positief	Negatief
"Goed geskryf vir almal om dit te kan verstaan."	"Moeilik om te lees en bedreigend"
"Suiwer Afrikaans, maklik om te verstaan, professioneel."	"Nogal moeilik om te verstaan by party plekke – dit is vervelig en onnodige leeswerk"
"Dit is professioneel en geen foute nie."	"ingewikkeld"
"Dit word goed uitgebrei."	"groot woorde en moeilik"
"Nie so ingewikkeld en moeilik om te verstaan nie."	"daar is 'n paar woorde in die teks wat ek nie verstaan nie"
"Dit is verstaanbaar en duidelik."	"Daar is niks wat my aandag trek om somer die teks te lees nie"
"Dit is maklike uiteengesit."	"Nie 'n goeie uitleg nie"
"Dit is baie professioneel en volledig."	"Dit lig my in, maar is ongelukkig baie vervelig."

"Dit is 'n baie interessante teks wat my meer 'n idee gee van die US."	"Baie leeswerk"
"Volledig, goed georganiseerd, gemaklik om te lees."	"Nie interessant"
"Die teks volg baie goed op mekaar."	"Sleg georganiseer en uiteengesit"
"Ek dink die teks is behulpsaam genoeg vir my."	"Dis te lank en onaantreklik."
"Duidelik, verstaanbaar ne reguit."	"Die teks is baie lank wat dit moeilik maak om te onthou."
"Opskrifte is duidelik."	"Die teks maak my deurmekaar (ingewikkeld)."
"Gee die nodige inligting."	"Die teks is ongelooflik formeel wat dit moeilik maak om te verstaan."
"Baie goed geskryf."	"Teks is inligting ryk, maar te lank en moeilik om te verstaan."
"Indrukwekkend."	"Dis baie klein woorde en die hoofopskrifte is nie duidelik nie."
"Vriendelik en verstaanbaar."	"Beknopte lang sinne met groot woorde."
	"Baie formeel, professioneel en moeilik leesbaar en oninteressant."
	"Hoe taal – baie hoe woorde gebruik."
	"Ongeorganiseerd, vervelig, uitputtend, lank."
	"Ingedruk en beknop."

Verdere kommentaar:

"Hulle kon die teks bietjie groter getik het"
"hulle moet die tekste makliker opstel sodat mense dit kan verstaan"
"Die teks is goed formeel opgestel, maar moet meer verstaanbaar vir almal wees"
"Te veel woorde"
"n Bietjie meer kleur sal waardeer word."
"n Prentjie of twee sal nie skade doen nie."
"Dit moet uiteengesit word en nie alles op 'n hoop nie."
"Dit moet kort en kragtig gemaak word."
"n Meer volledige verduideliking sal die teks ook meer verstaanbaar maak."
"Daar kan dalk spasies wees tussen elke hoofopskrif en die vorige paragraaf om lees makliker te maak."
"Dui in punt vorm aan; groter getik; korter sinne; meer beskrywend en makliker woorde."

"Spasie tussen bullets sal beter wees."
"Skei die nommers van die teks bv nommers alleen aan linkerkant."
"Minder woorde (te veel geskryf)."

Hierdie kwalitatiewe data lewer wel belangrike insigte op oor aspekte van die teksontwerp wat verbeter sou kon word.

5.4 Antwoorde op die vrae: Manlike en vroulike respondente se evaluering van Teks A en B

In hierdie afdeling gaan slegs die vrae bespreek word met beduidende meningsverskille tussen die manlike en vroulike respondente. Al die ander vrae het daarom nie beduidende verskille nie. Die vrae van Afdeling B en Afdeling C in die vraelys is hier ter sake.

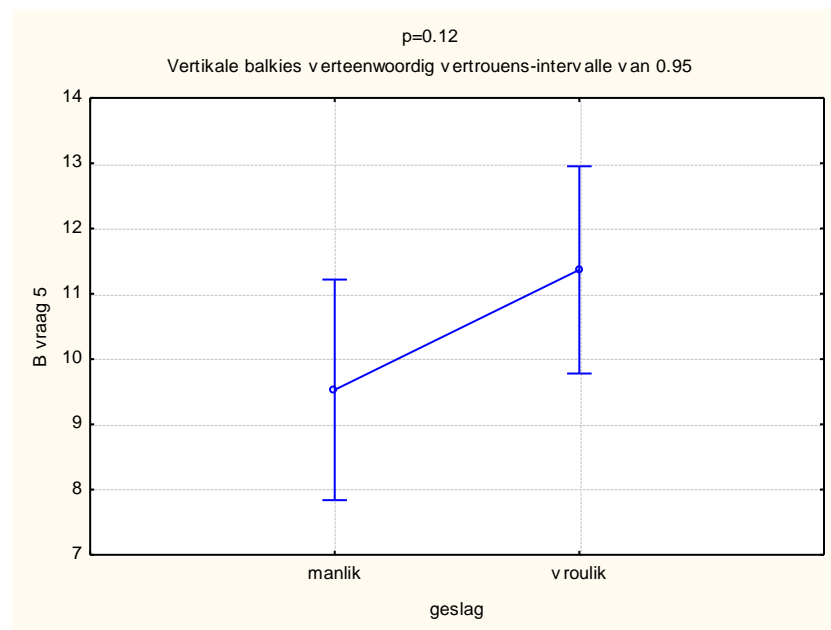
In hierdie afdeling word die vrae wat dieselfde aspek toets saam gegroepeer en gekorreleer in 'n grafiek. Die belangrikste statistiek van hierdie grafieke in die afdeling is die p-waarde. Dit bepaal die grenswaarde van die 90% tot die 95% vertrouensinterval. Dit beteken dat indien die p-waarde gelyk of kleiner is as 'n 0.05-waarde, die verskil tussen die manlike en vroulike respondente se menings as beduidend geklassifiseer word. In hierdie studie gaan daar egter nie net gefokus word op die p-waarde van 0.05 nie, maar gegewe die aard van die oordele oor iets soos dokumentontwerp, kan die p-waarde van 0.10 ook aanvaar word. Enige p-waarde kleiner as 0.1 dui dus op 'n beduidende verskil tussen die respondente.

5.4.1 Algemene beeld van die US

Vraag 5 verwys na die beskrywings wat die respondente met die beeld van die US assosieer. Die p-waarde by hierdie vraag is slegs effens groter as 0.1, daarom is die verskil marginaal beduidend. Vroulike respondente het 'n gemiddeld van 11,3 gekry en die manlike respondente het 'n gemiddeld van 9,5 op die vraag gekry. Die vroulike respondente se beeld van die US is

meer positief as die beeld van die manlike respondente. Vanweë die marginale beduidendheid moet die resultaat egter met omsigtigheid benader word en is verdere ondersoek dalk geregverdig.

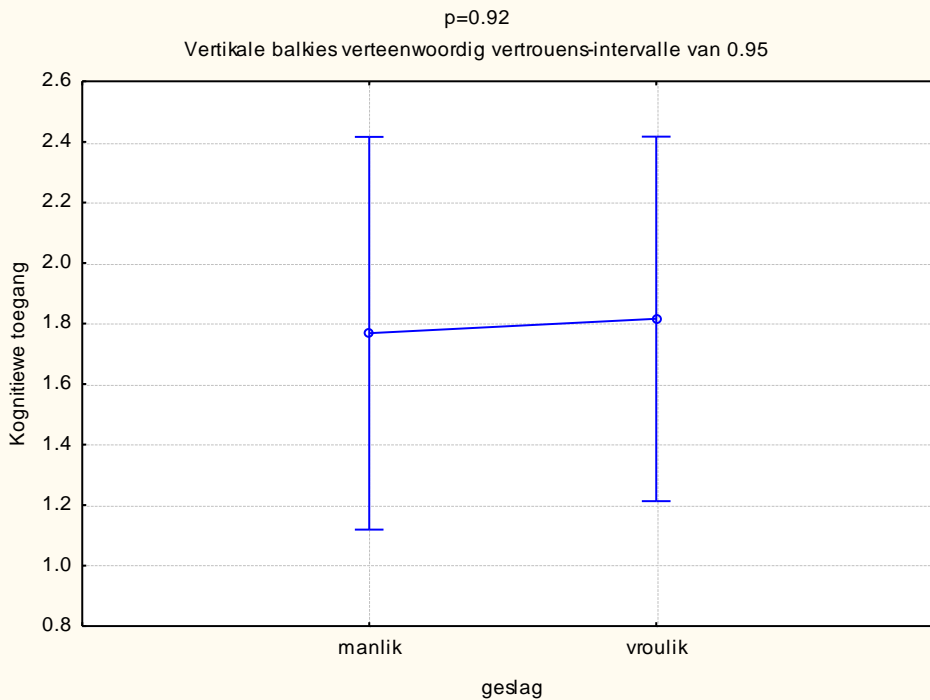
Algemene oordele wat dikwels gehoor word en wat hier ter sake sou kon wees, sluit die volgende in: Vroulike respondente is gewoonlik meer positief in hulle menings as manlike respondente en dit kan daarom verklaar waarom die vroulike respondente ook meer positiewe beskrywings toegeken het aan die US. Vroulike respondente is ook meer geneig om die antwoorde te gee wat hulle dink die navorser sal wil hoor. Hierdie moontlike verklarings sal egter in opvolgondersoeke getoets moet word.



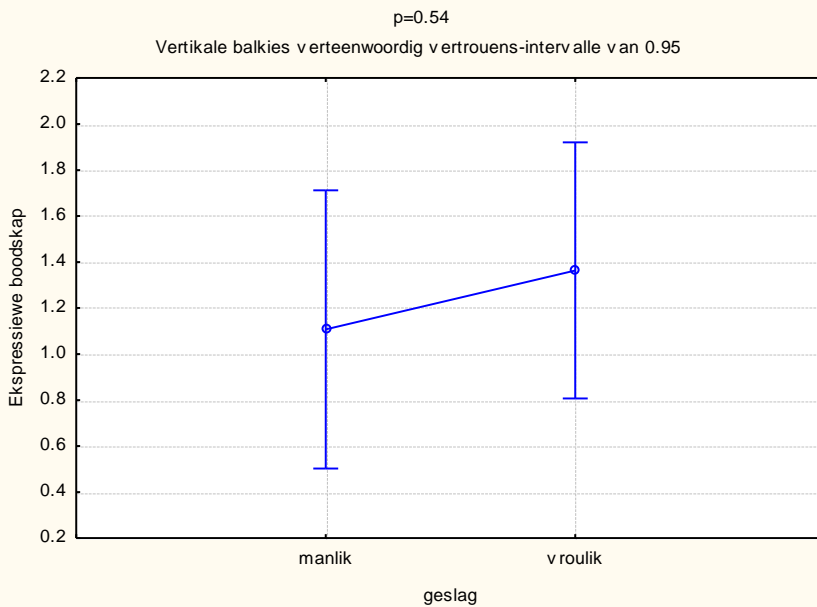
5.4.2 Styl

5.4.2.1 Kognitiewe toegang

Vraag 2 en 15 se gemiddeldes is gesamentlik uitgewerk om die kognitiewe toegang van die teks te bepaal. Die resultate het gewys dat die manlike en vroulike respondente baie dieselfde gereageer het op hierdie vrae. Die p-waarde van 0,92 is nie beduidend nie.

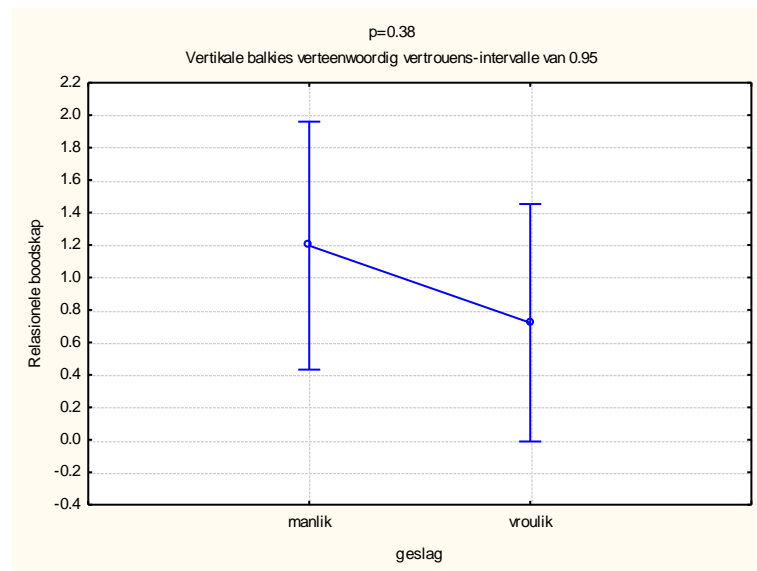


5.4.2.2 Die ekspressiewe boodskap



Op Vraag 3 het die manlike en vroulike respondente ook baie dieselfde gereageer. Die p-waarde van 0,54 is 'n aanduiding dat die manlike en vroulike respondente se menings oor die ekspressiewe boodskap van die teks nie beduidend van mekaar verskil nie.

5.4.2.3 Relasionele boodskap

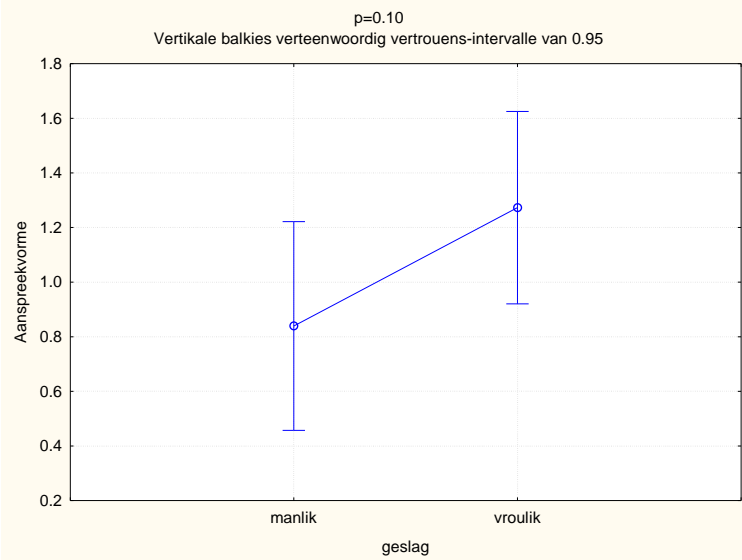


In terme van Vraag 4 en 10 wat die relasionele boodskap van die teks evalueer, het die manlike en vroulike respondente nie baie verskillend gereageer nie. Die p-waarde is 0,38. Die verskil tussen die manlike en vroulike respondente se menings op die vraag is dus nie beduidend nie. Wat egter wel opvallend by die twee vrae was, is die inkonsekwentheid van die respondente se antwoorde soos alreeds bespreek is in die vorige afdeling.

5.4.2.4 Aanspreekvorme

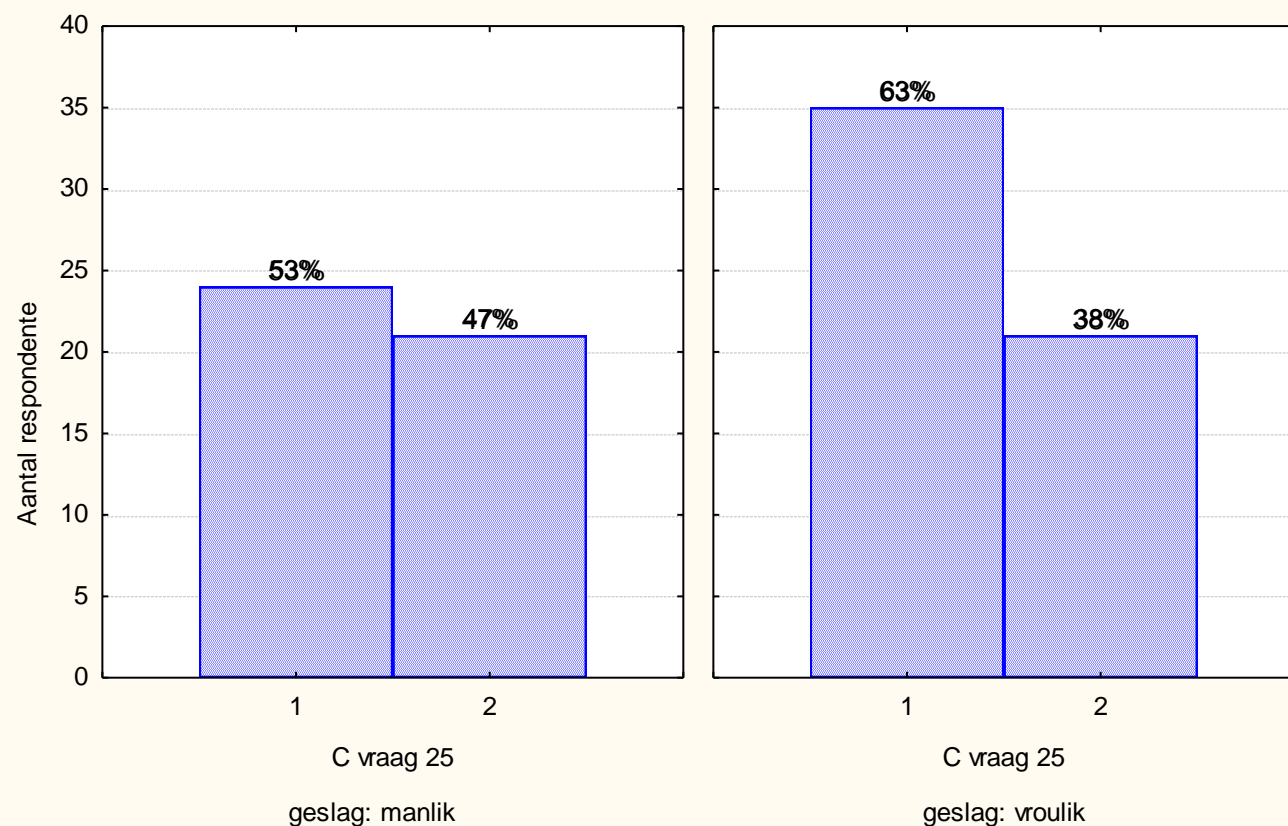
5.4.2.4.1 Verwysing na leser

Vraag 6 het die respondente gevra of hulle hou van hoe hulle aangespreek word in die teks. Die gemiddeld van die manlike respondente is 0,83 en die gemiddeld van die vroulike respondente is 1,27. Die p-waarde van hulle gesamentlike response is 0.1. Die verskil is beduidend, omdat 'n p-waarde van 0.1 ook in die studie aanvaar word.

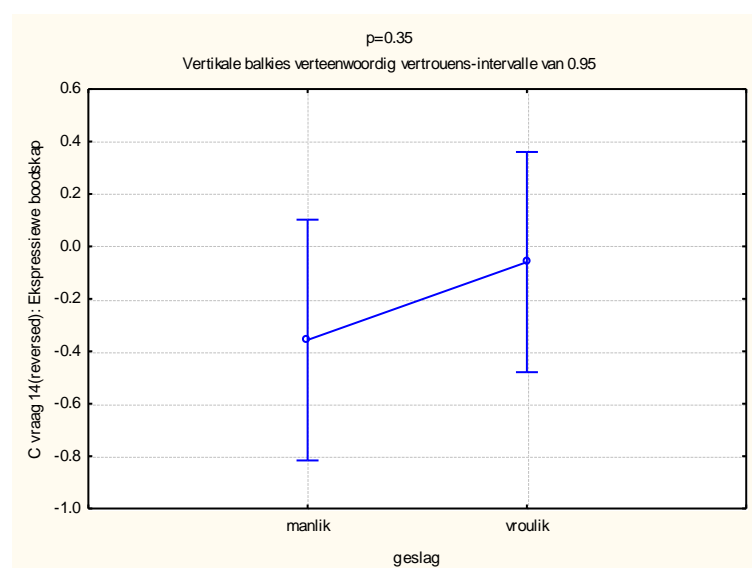


Vraag 25 het die konsep van direkte aanspreekvorme gebruik om te bepaal waarmee die respondente die gemaklikste is. Die navorser het Teks 1 gemanipuleer deur die direkte aanspreekvorm in die sin te gebruik en het die leser aangespreek deur die voornaamwoord “jy”. 63% van die vroulike respondente het Teks 1 gekies en 58% van die manlike respondente het Teks 1 gekies. In albei gevalle het die meerderheid respondente die gemanipuleerde weergawe gekies waarin die direkte aanspreekvorm gebruik word. Dit is egter opvallend dat daar nie ’n groot verskil was tussen die manlike respondente wat Teks 1 gekies het en dié wat Teks 2 gekies het nie. Soms kan die direkte aanspreekvorm sekere lesers ongemaklik maak omdat daar juis te veel aandag op hulle geplaas word, d.w.s daar mag kontekste wees waar lesers ’n bietjie afstand verkies. Hierdie aspek sal egter verder ondersoek moet word.

Uit die onderstaande grafieke kan dus afgelei word dat die respondente in die studie die direkte aanspreekvorm bo die indirekte aanspreekvorm verkies. Die direkte aanspreekvorm is gewoonlik meer persoonlik en plaas die fokus op die leser in plaas van op die handeling. Lesers voel meer spesiaal en gewaardeerd wanneer hulle direk aangespreek word en dit sal sodoende die relasionele boodskap van die teks ook bevorder. Die US sal dus baat deur hierdie data in ag te neem en hulle kommunikasie meer persoonlik maak.

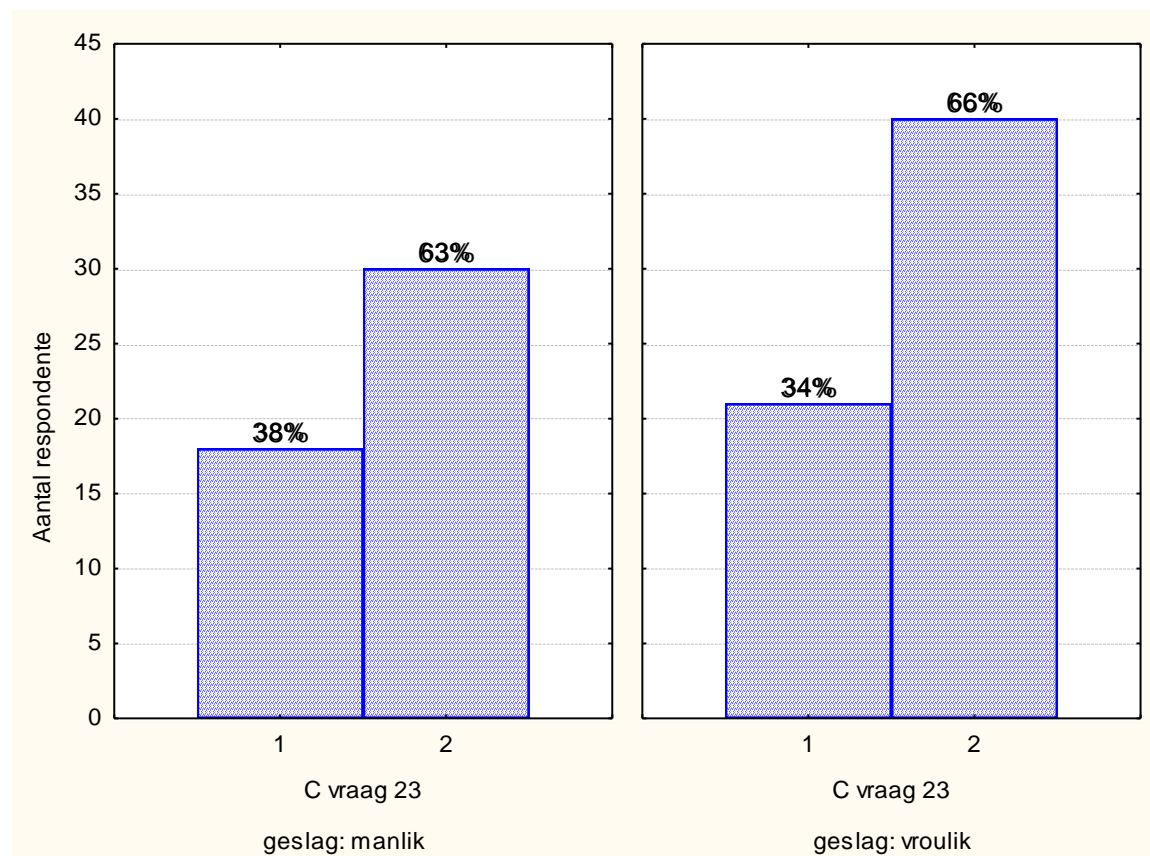


5.4.2.4.2 Verwysing na skrywer



Vraag 14 toets hoe die leser die US ervaar in hulle kommunikasie. Dra die verwysing na die US as “die Universiteit” by daartoe dat die instansie gesien word as ‘n gebou eerder as ‘n menslike entiteit? Die p-waarde vir Vraag 14 is $p = 0.35$. Die verskil tussen die menings van die manlike en vroulike respondente op die vraag is daarom nie beduidend nie.

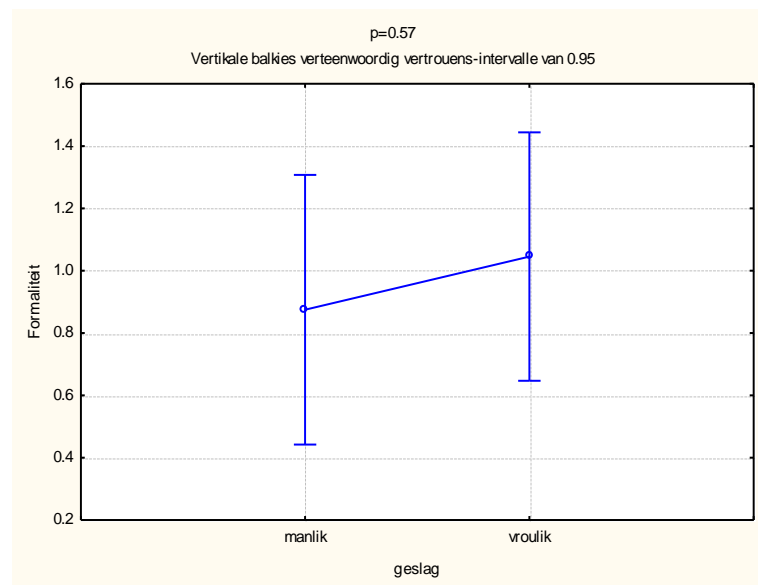
Vraag 23 het die fenomeen getoets deur dié verwysing te verander na ‘n meer persoonlike verwysing. Die navorser het die *eksklusiewe ons* gebruik in Teks 2. 66% van die vroulike respondente het Teks 2 gekies en 63% van die manlike respondente.



Soos gesien kan word in die bostaande grafiek, het die meerderheid respondente meer gemaklik gevoel met die meer persoonlike verwysing na die US. Dit is weer eens data wat die US in ag moet neem om sodoende hulle kommunikasie te verbeter en in die proses hulle beeld positief te beïnvloed.

5.4.2.5 Formaliteit

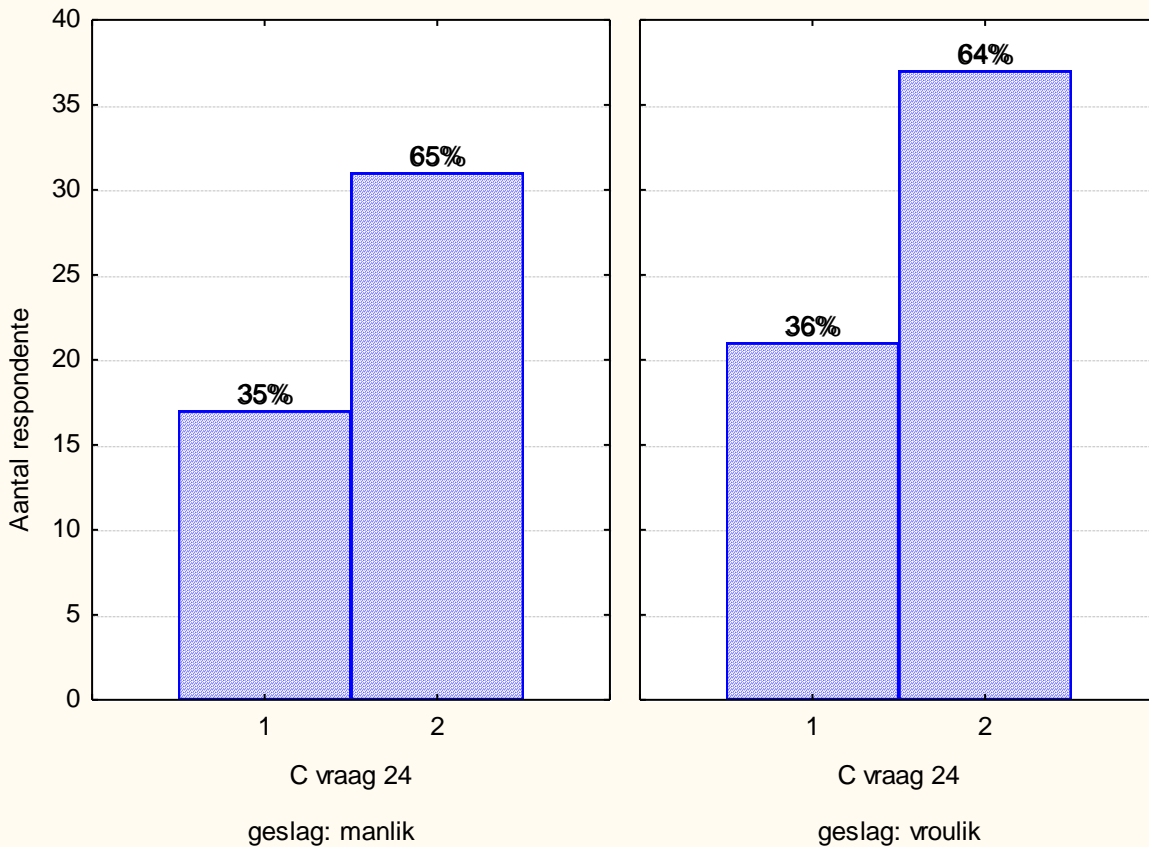
Die resultate vir Vraag 8 bepaal die formaliteit van die teks. Die resultate van die vroulike en manlike respondente het nie 'n beduidende verskil gehad nie, die p-waarde was $p = 0.57$. Die gemiddelde van die manlike respondente was 0,87 en die gemiddeld van die vroulike respondente was 1,04. Die verskil tussen die manlike en vroulike respondente was daarom nie beduidend nie.



In Vraag 24 is daar twee tekste aan die respondent gegee waarvan die respondent die een moes kies waarmee hy/sy die gemaklikste is. Teks 2 is gemanipuleer deur die sinskonstruksie van 'n aktiewe na 'n passiewe sin te verander. Die formele woord "vakatures" is ook in Teks 2 in eenvoudiger terme gestel. Die meeste respondente het die gemanipuleerde weergawe, Teks 2, gekies. Daar is nie 'n beduidende verskil tussen die response van die manlike en vroulike respondente nie.

Dit kan daarom afgelei word uit die onderstaande grafieke dat Teks 2 die gewildste was onder die respondente. Dit is dus 'n aanduiding dat die huidige Jaarboeke van die US te formeel is vir lesers. Die US moet poog om hulle kommunikasie minder formeel te maak deur te fokus op

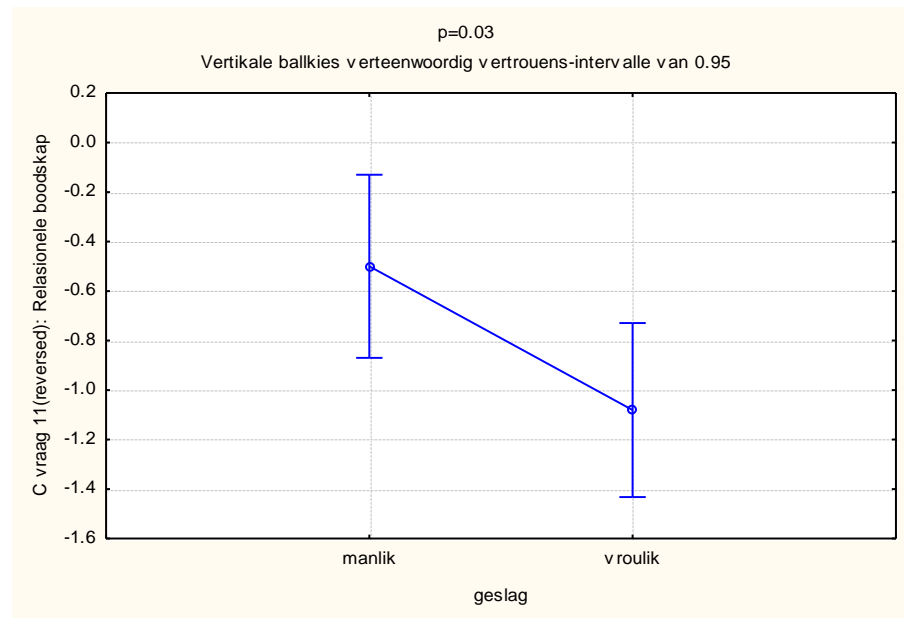
moeilike woorde en sinskonstruksies wat lesers vervreem van die teks. Dit kan 'n negatiewe invloed hê op die US se beeld.



5.4.2.6 Voorskrifte

Die volgende figuur wys duidelik dat die verskil tussen die menings van die manlike en vroulike respondente op die vraag beduidend is. Die p-waarde is 0.03, wat aansienlik kleiner is as die p-waarde van 0.05. Vraag 11 is negatief gestel, met ander woorde indien die respondent saamstem met die stelling, is die antwoord negatief. Die vraag is dus omgekodeer om 'n positiewe antwoord by 'n positiewe waarde te gee.

Deur dit in ag te neem, het die meerderheid manlike respondente dus verskil van die stelling dat die US soos 'n gesagsfiguur klink. Die vroulike respondente stem egter meestal saam met die stelling dat die US soos 'n gesagsfiguur klink.

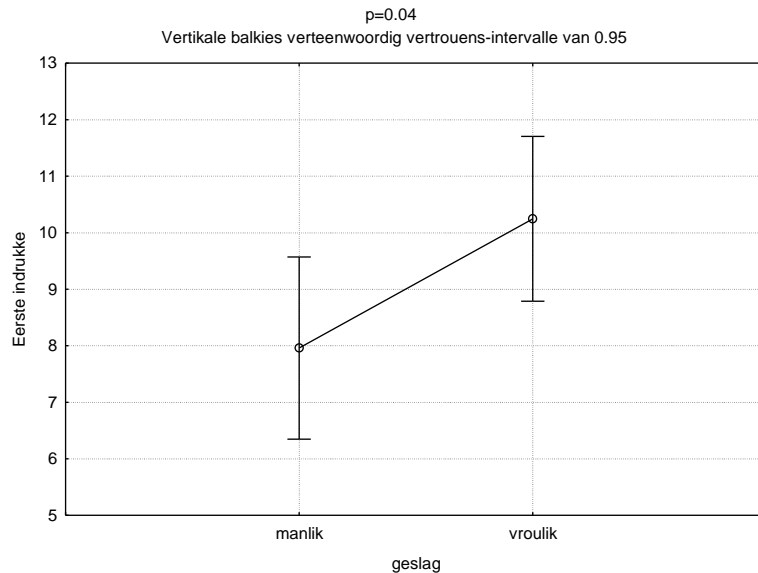


Volgens die grafiek kan die navorser dus aflei dat die vroulike respondente meer gevoelig is vir die verhouding wat daar bestaan tussen die leser en die US. Die vroulike respondente meen dat die US as 'n gesagsfiguur voorkom in hulle kommunikasie. Dit is belangrik dat die US baie aandag gee aan hierdie aspek, aangesien dit die relasionele boodskap van die teks belemmer asook die verhouding tussen die instansie en die student. Die US moet ontslae raak van alle elemente wat hulle laat klink soos 'n gesagsfiguur. Die beeld van die US ly beslis onder hierdie ontwerpaspek, veral as die teenwoordigheid van 'n groot getal vroulike studente in ag geneem word.

5.4.3 Uiterlike struktuur

5.4.3.1 Eerste indrukke

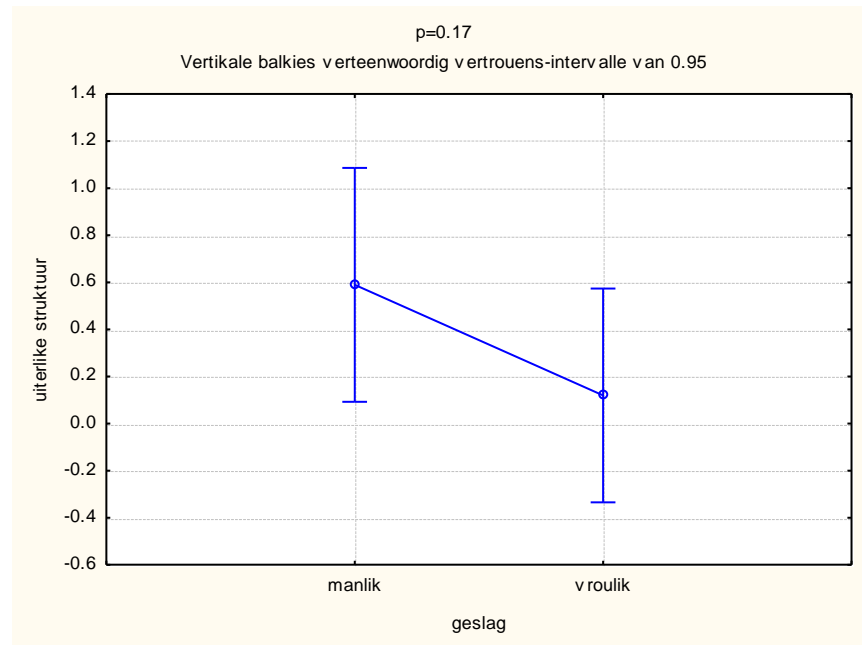
Vraag 1 in Afdeling C van die vraelys het die respondente gevra om hulle eerste indrukke van Teks A te verskaf. Vraag 5 in Afdeling C se data is ook in ag geneem in hierdie grafiek.



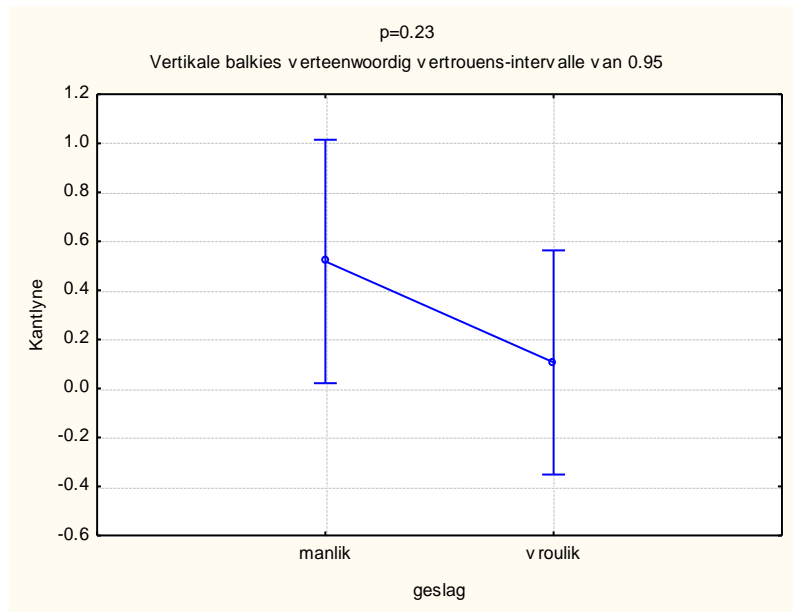
Die vroulike respondente het meer positief op die vrae gereageer as die manlike respondente. Die vroulike respondente se gemiddeld op die vraag was 10,2 en die manlike respondente se gemiddeld was 7,9. Soos gesien kan word in die grafiek, is die p-waarde gelyk aan 0.04. Dit is dus 'n beduidende verskil.

Die moontlike verduideliking vir die vroulike respondente se hoër gemiddeldes, is dat vroulike respondente gewoonlik meer positiewe antwoorde gee. Vroulike respondente is ook geneig om die antwoorde te verskaf wat hulle dink die navorser wil hoor. Manlike respondente daarteenoor gee meer logiese en eerlike antwoorde. Hierdie tipe verklaring sal egter getoets moet word deur verdere navorsing.

Vraag 13 toets die uitleg en die uiterlike struktuur van Teks A. Die verskil tussen die response van die manlike en die vroulike respondente is nie beduidend nie – die p-waarde is 0.17. Die gemiddeld van die vroulike respondente was 0,11 en die gemiddeld van die manlike respondente was 0.58. Die marginale beduidendheid bly egter te lastig en verdere navorsing sal moet bevestig of hier dalk beduidende verskille intree.



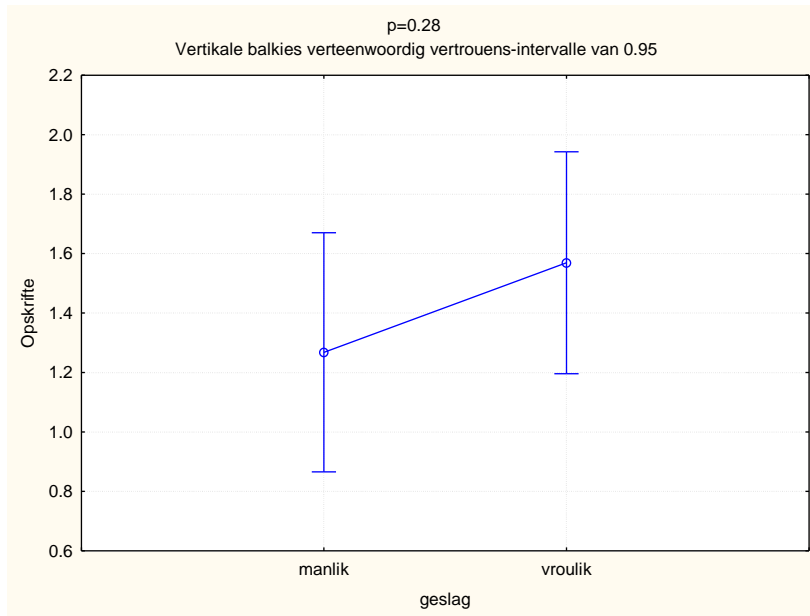
5.4.3.2 Kantlyne



Vraag 7 toets die kantlyne. Die p-waarde van die manlike en die vroulike respondente is $p = 0.23$. Die verskil is nie beduidend nie. Die manlike respondente se gemiddeld is 0,51 terwyl die vroulike respondente se gemiddeld 0,1 is.

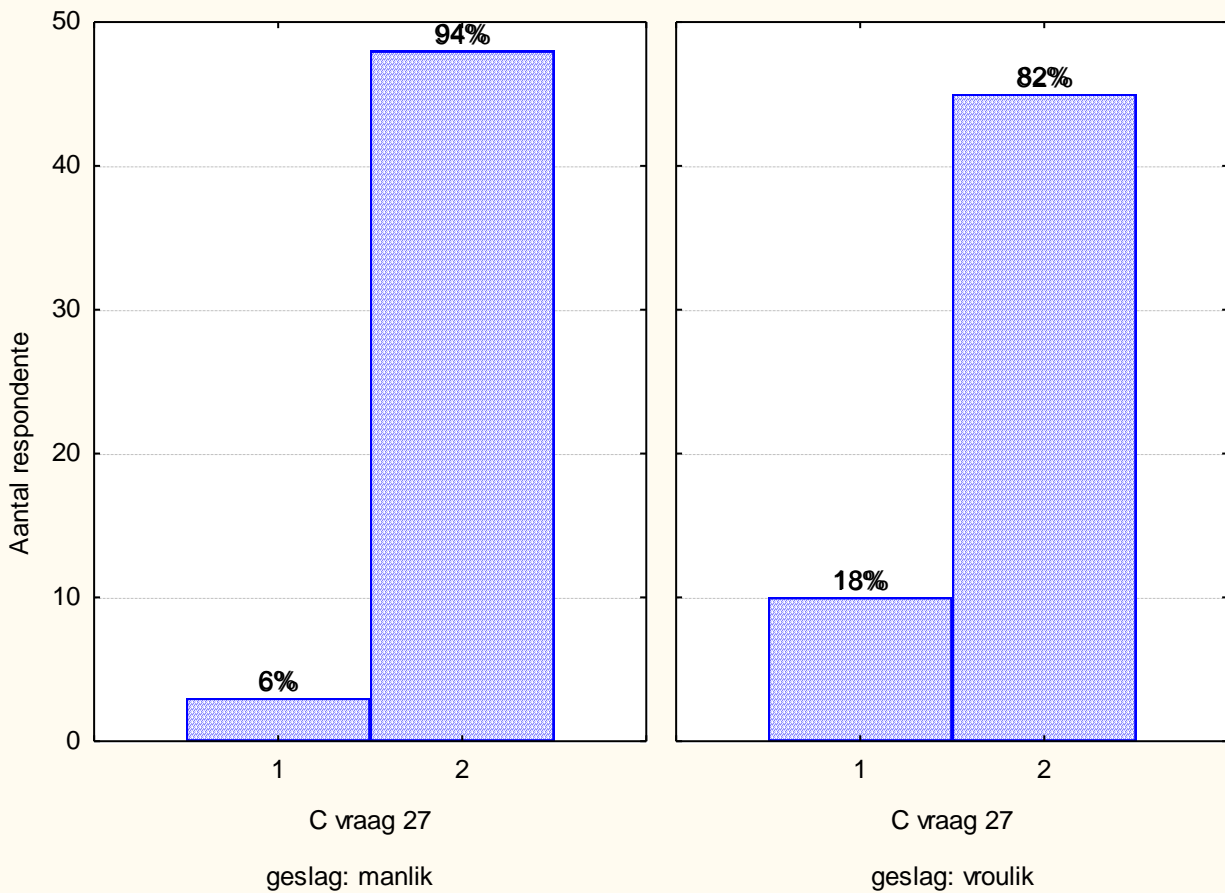
5.4.3.3 Opskrifte

Die p-waarde van die manlike en die vroulike respondente op hierdie vraag is $p = 0.28$ en die verskil is dus nie beduidend nie.



5.4.3.4 Paragrafe

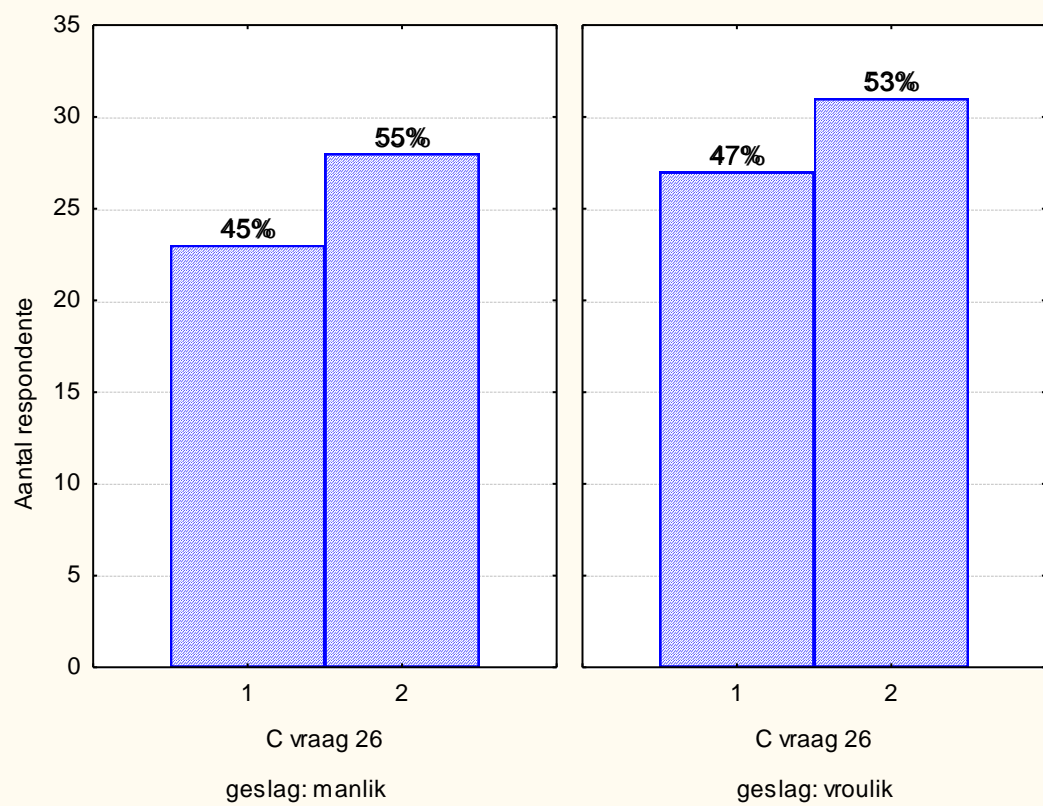
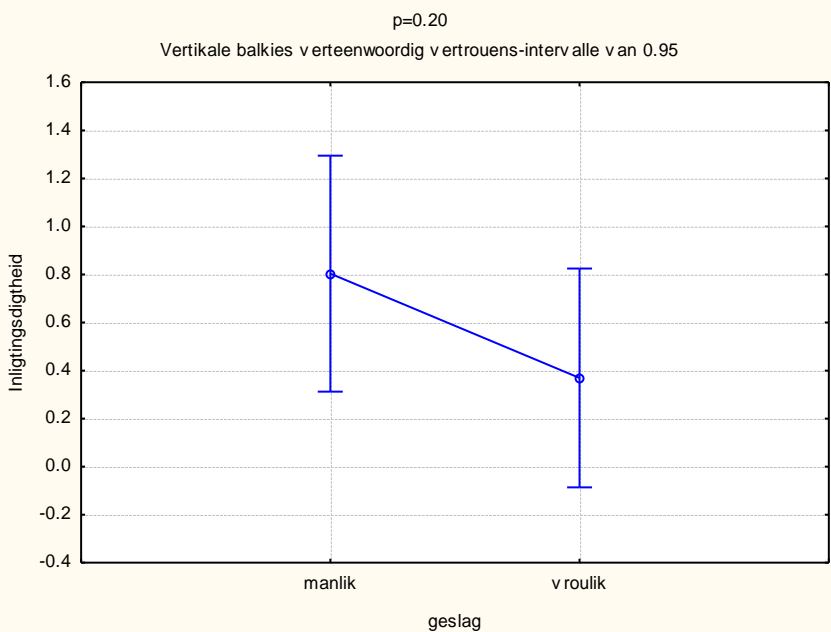
Vraag 27 het die strukturele konsep van paragrafe getoets. In hierdie vraag het die navorser twee tekste aan die respondent gegee waarvan die respondent op grond van die uiterlike struktuur die een moes kies wat die beste lyk. Soos gesien kan word in die vorige afdeling het die meeste respondente Teks 2 gekies. Teks 2 is die gemanipuleerde weergawe waarin die paragrafe duideliker voorgestel word. Beide manlike en vroulike respondente het Teks 2 gekies, maar daar was nie 'n beduidende verskil tussen die twee groepe nie.



Hierdie data bevestig dat die US meer aandag moet bestee aan die uiterlike struktuur en uitleg van die US Jaarboeke.

5.4.4 Inligtingsverspreiding

Vraag 9 en 26 in die vraelys toets die inligtingsverspreiding van Teks A. Die verskil tussen die manlike en die vroulike respondente word aangedui deur die p-waarde van $p = 0,2$. Die verskil is dus nie beduidend nie.

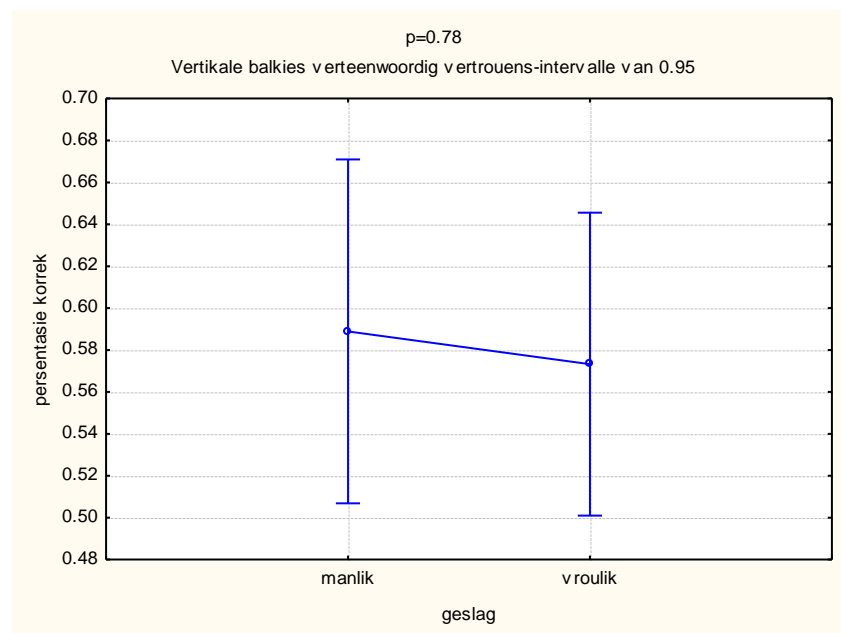


In Vraag 26 het die navorser twee tekste aan die respondent gegee waarvan die respondent die teks moes kies wat die beste lyk en dit dan motiveer. Teks 1 is die gemanipuleerde weergawe waarin die navorser die inligting van die teks meer versprei het. Die grootste meerderheid van die respondente het Teks 2 gekies. Die verskil tussen die manlike en vroulike respondente is egter nie beduidend nie.

By hierdie vraag is dit belangrik om in ag te neem dat die eerste 70 vraelyste Teks 1 by die vraag ligter gedruk het as by die laaste vraelyste in die studie. Dit het beslis 'n invloed gehad op die leser tydens die invul van die vraelyste en dus op die resultate.

5.4.5 Gebruikersvriendelikheid

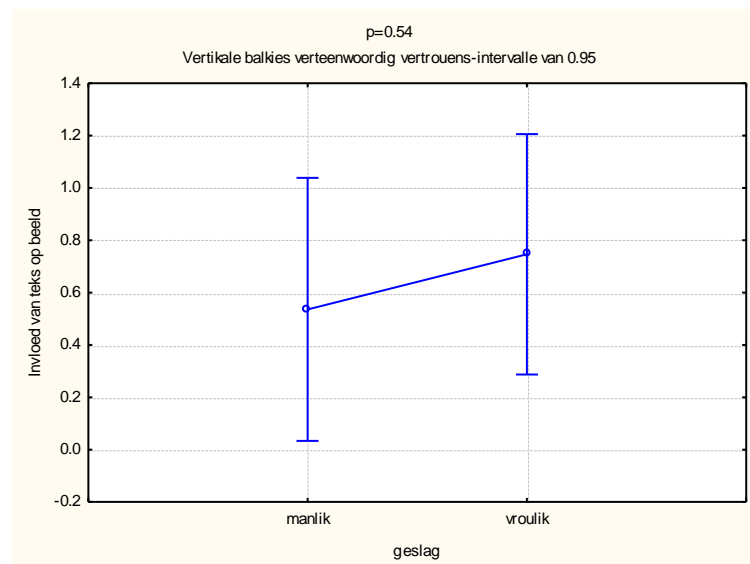
Daar is alreeds in die vorige afdeling verduidelik wat die doel van hierdie afdeling in die vraelys was – naamlik om te toets of die dokument gebruikersvriendelik is vir die lesers daarvan. Dit is gedoen deur middel van 'n klein toetsie bestaande uit vier vrae wat gerig is op Teks B.



Die p-waarde van $p = 0.78$ getuig daarvan dat daar nie 'n beduidende verskil tussen die manlike en vroulike respondente se menings was nie. Albei geslagte het dus ewe goed gevaar in die “toetsie”.

5.4.6 Invloed van Teks A op beeld van manlike en vroulike respondent

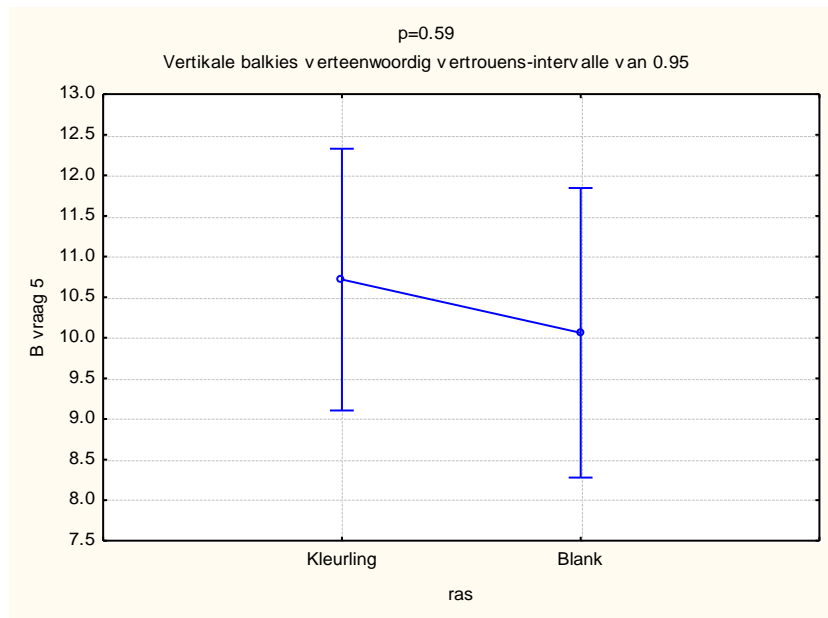
Die verskil tussen die response van die manlike en vroulike respondente op hierdie vraag word voorgestel deur die p-waarde met $p = 0.35$. Die verskil is nie baie beduidend nie.



5.5 Antwoorde op die vrae: Blanke en bruin respondente se evaluering van Teks A en B.

5.5.1 Die algemene beeld van die Universiteit Stellenbosch

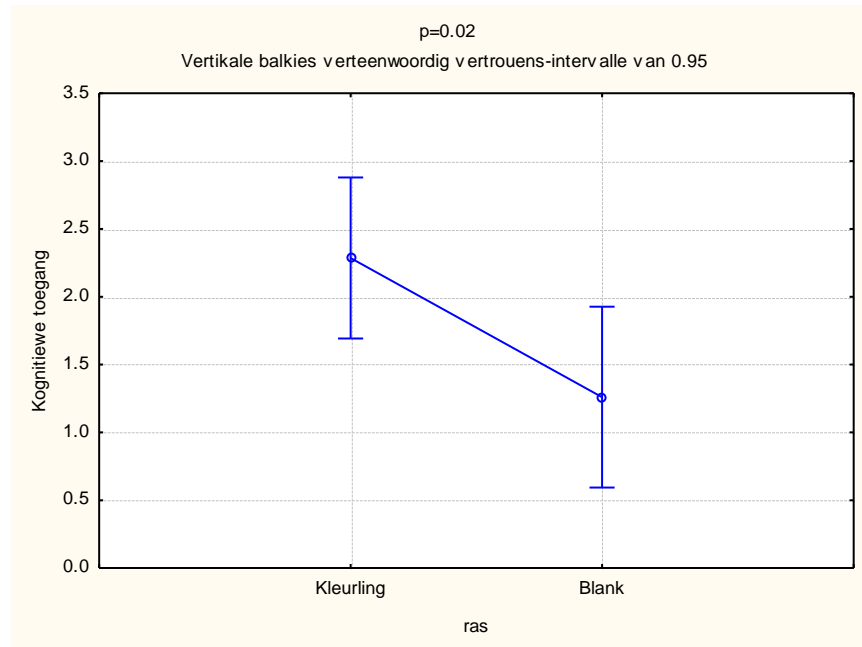
Die verskil tussen die blanke en bruin respondente se menings op die vraag word voorgestel deur die p-waarde met $p = 0.59$. Die verskil is nie beduidend nie. Die beeld wat die respondente het van die US is meestal positief.



5.5.2 Styl

5.5.2.1 Kognitiewe toegang

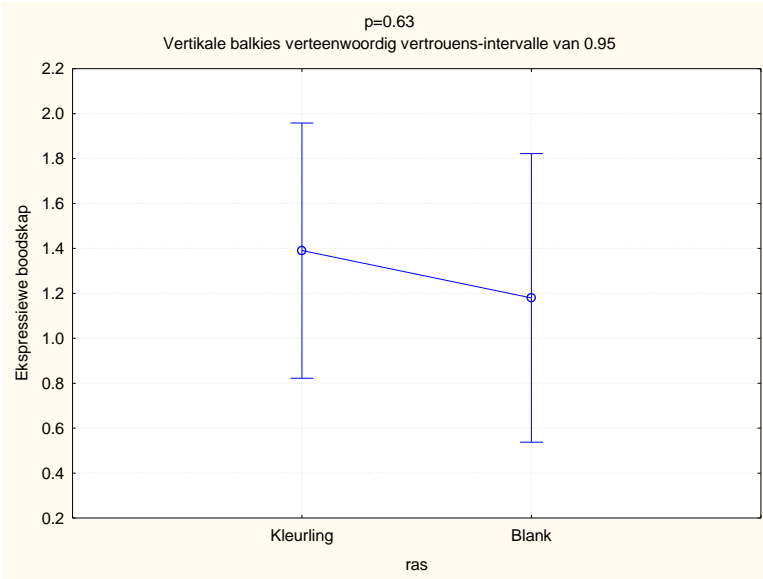
Die p-waarde vir die kognitiewe toegang (verstaanbaarheid) van die blanke en bruin respondente is $p = 0.02$. Die p-waarde is baie beduidend omdat dit kleiner is as $p = 0.05$. Die blanke respondente se gemiddeld vir die vraag is 1,26 en die bruin respondente se gemiddeld is hoër met 2,28. Vraag 2 is negatief gestel en is daarom omgekodeer om 'n positiewe antwoord by 'n positiewe waarde te kry. Dit beteken dus dat die bruin respondente dit makliker gevind het om Teks A te verstaan as die blanke respondente. Hierdie resultaat is tog verrassend en verdere ondersoek sal uitgevoer moet word om hierdie verskil in die oordeel oor begryplikheid (die wesenlike van kognitiewe toegang) verder te toets.



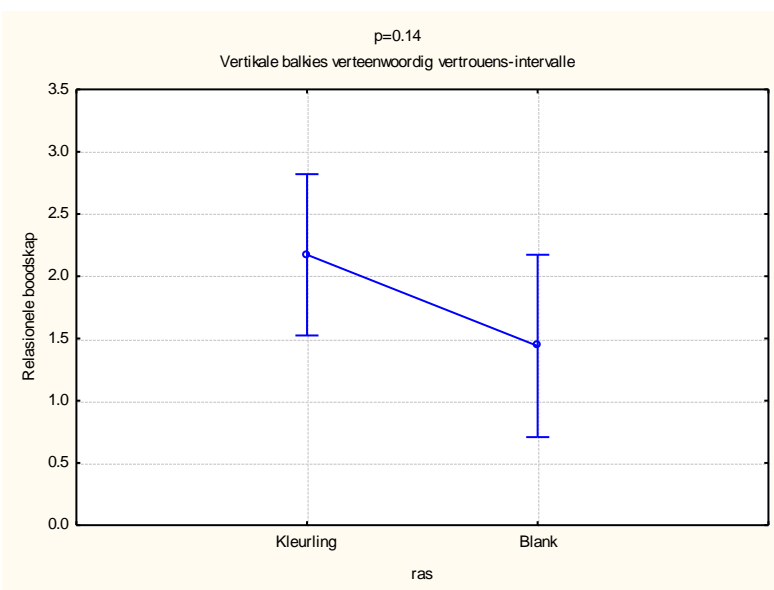
By hierdie vraag moet daar egter gelet word daarop dat die respondente in die studie dalk dink hulle verstaan die teks, maar dan nie werklik begrip het wanneer daar dieper op die saak ingegaan word nie. Nietemin is dit steeds baie belangrik vir die US om op hierdie grafiek te fokus, omdat dit beduidend is dat 'n groot hoeveelheid respondente nie die teks verstaan nie. Dit kan baie problematies vir die US wees.

5.5.2.2 Die ekspressiewe boodskap

Die p-waarde vir die resultate van die blanke en bruin respondente op die vraag is $p = 0,63$. Die verskil is nie beduidend nie.



5.5.2.3 Die relasionele boodskap

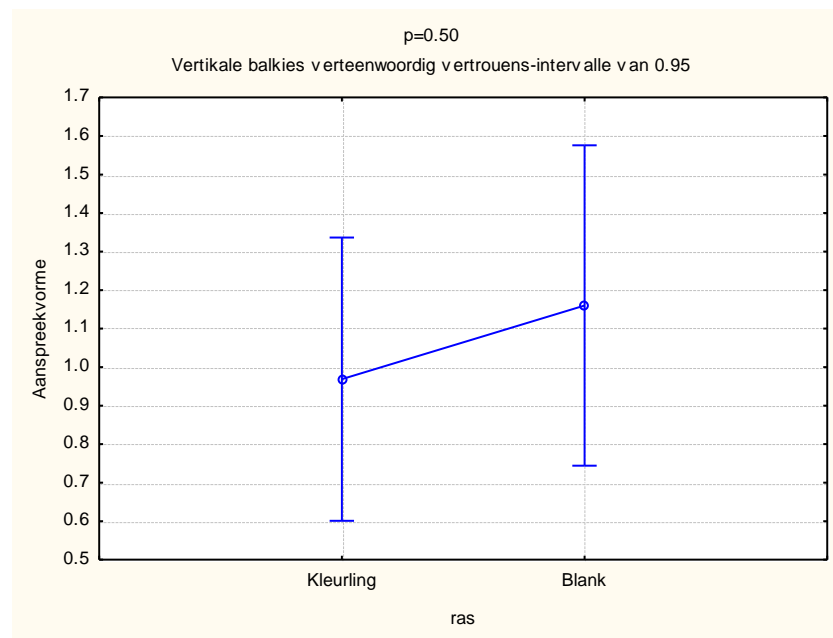


Soos gesien kan word in die bostaande grafiek, is die p-waarde op die vraag $p = 0,14$. Die verskil is dus nie beduidend nie.

5.5.2.4 Aanspreekvorme

5.5.2.4.1 Verwysing na leser

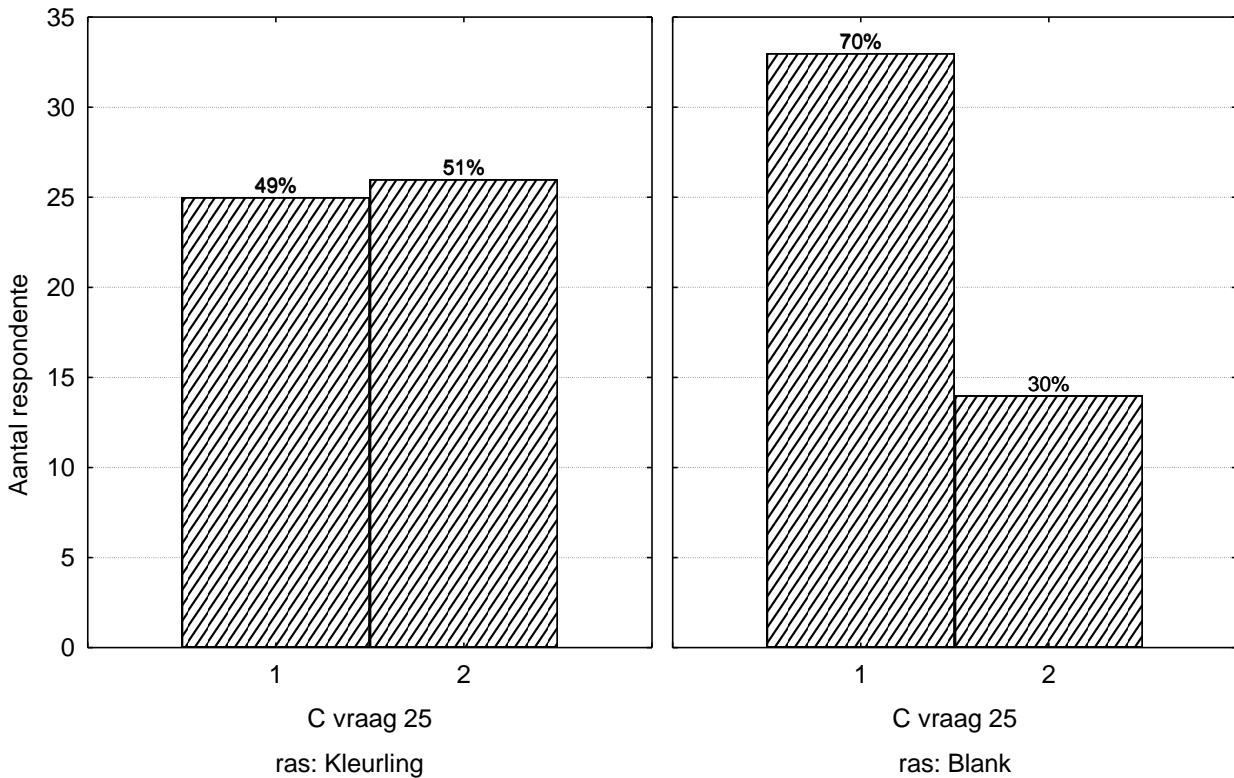
Vraag 6 toets die respondente se menings oor die verwysing na die leser (of die gebrek daaraan) in die teks. Die p-waarde is $p = 0,5$ wat nie 'n beduidende verskil is nie. Die blanke en bruin respondente het daarom baie dieselfde gereageer op die vraag.



In Vraag 25 waar die respondent tussen 'n teks met direkte aanspreekvorme en 'n teks sonder direkte aanspreekvorme kies, was die verskil tussen die twee groepe meer beduidend. 70% van die blanke respondente het Teks 1 gekies en slegs 49% van die bruin respondente het Teks 1 gekies. Die meerderheid bruin respondente (51%) het Teks 2 gekies, maar slegs 30% van die blanke respondente het Teks 2 gekies.

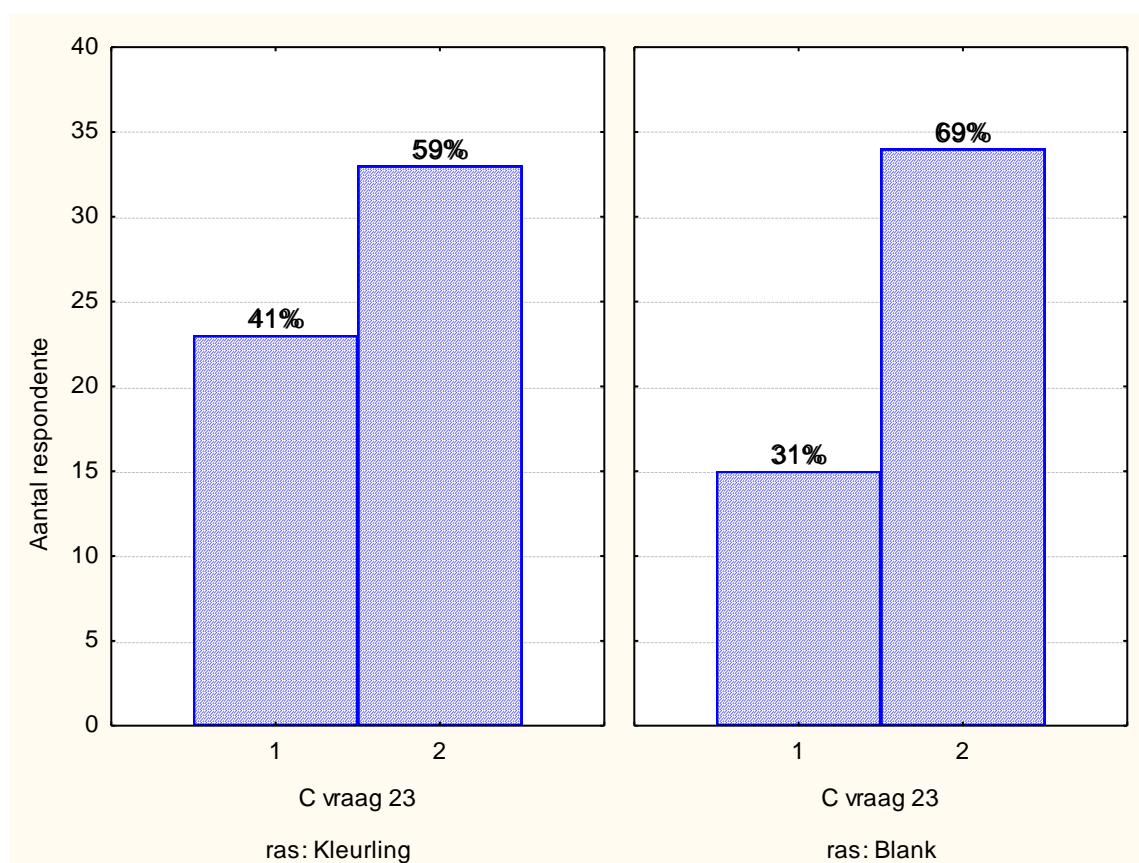
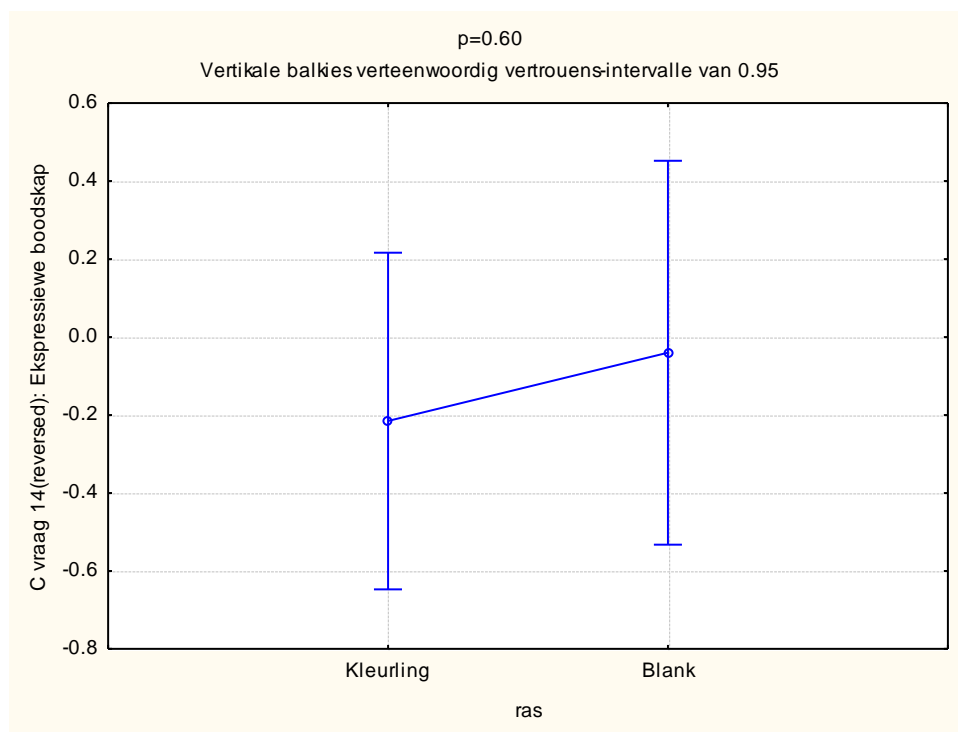
Uit die grafiek kan daar afgelei word dat die blanke respondente meer gemaklik is met die direkte aanspreekvorm as wat die bruin respondente is. Die bruin respondente mag dalk voel dat daar te veel aandag en verantwoordelikheid op hulle geplaas word as hulle direk aangespreek word. Hulle verkies dus die meer onpersoonlike aanslag in die kommunikasie en

dis dalk ook hoekom hulle meer welkom in die teks voel, soos wat by die vorige vraag bevestig is.



5.5.2.4.2 Verwysing na skrywer

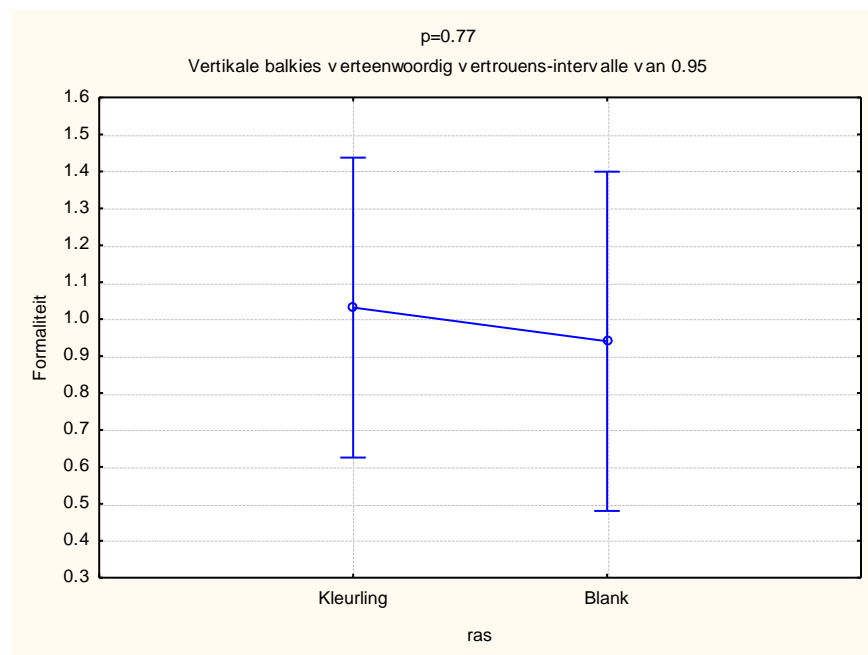
Vraag 14 toets hoe die blanke en bruin respondente die verwysing na die US in hulle kommunikasie ondervind. Die p-waarde vir die vraag is $p = 0.6$. Daar is dus nie 'n beduidende verskil tussen die menings van die blanke en bruin respondente in die studie nie.



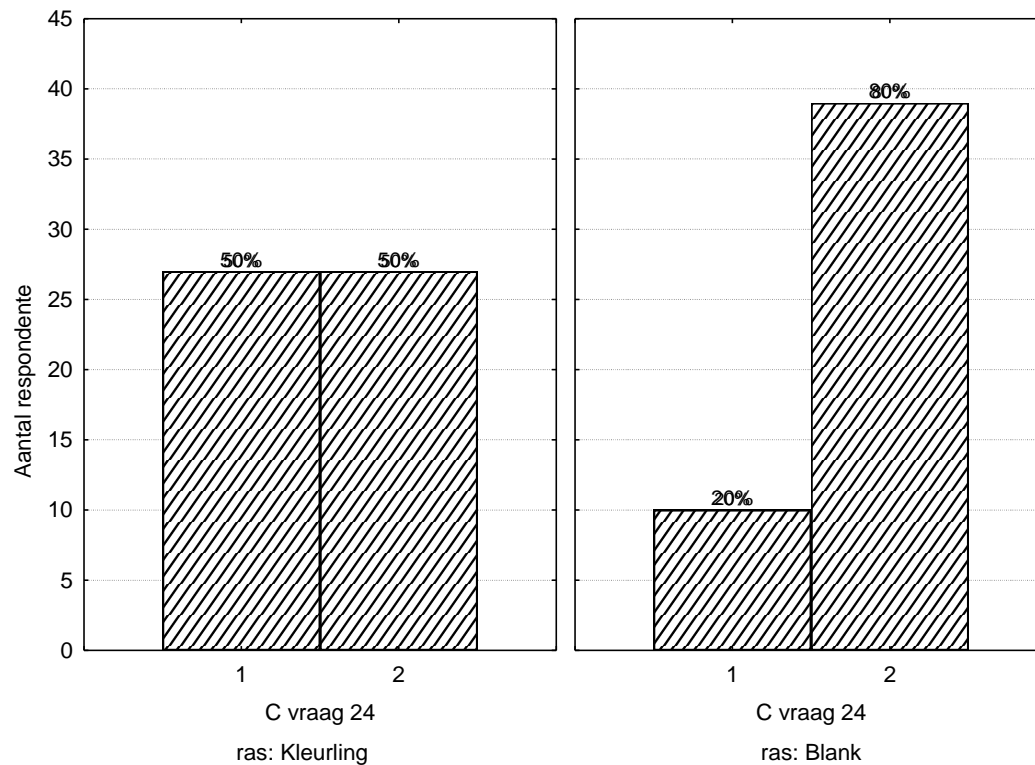
Vraag 23 pas die verwysing na die US meer prakties toe wanneer die navorser Teks 2 manipuleer deur gebruik te maak van die eksklusiewe *ons*. 69% van die blanke respondente het Teks 2 gekies en 59% van die bruin respondente het ook Teks 2 gekies. Meer bruin respondente as blanke respondente het Teks 1 gekies.

Uit die bostaande grafieke is dit egter duidelik dat die blanke en bruin respondente in die meeste gevalle die meer persoonlike verwysing na die US verkies het. Die US sal daarom baat deur dieselfde verskynsel in hulle kommunikasie te gebruik.

5.5.2.5 Formaliteit



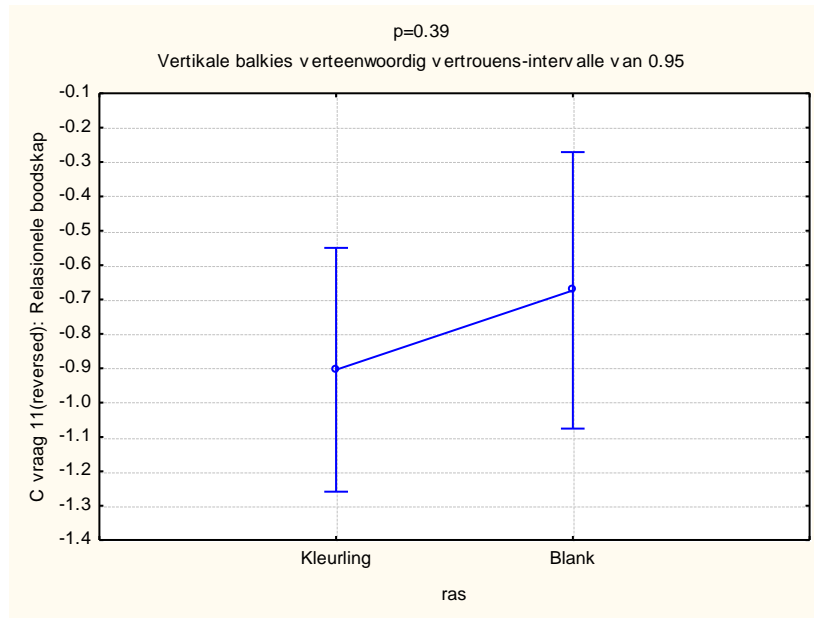
Die p-waarde vir die vrae oor formaliteit is $p = 0.77$. Die verskil tussen die menings van die blanke en bruin respondente is daarom geensins beduidend nie en hulle ervaar die formaliteit van die Teks A baie dieselfde.



Soos gesien kan word in die bostaande figuur, het die 80% van die blanke respondente Teks 2 gekies in Vraag 24, maar slegs 50% van die bruin respondente het Teks 2 gekies. Slegs 20% van die blanke respondente het Teks 1 gekies en 50% van die bruin respondente het Teks 1 gekies.

5.5.2.6 Voorskrifte

Die p-waarde vir die menings van die blanke en bruin respondente op die vraag is $p = 0.39$ en daarom nie 'n beduidende verskil nie.

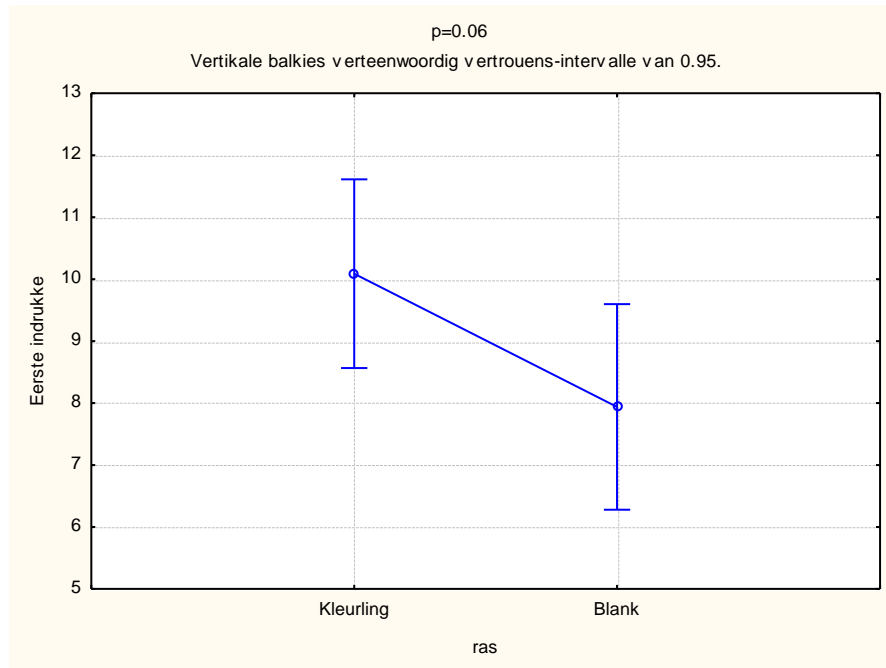


5.5.3 Uiterlike struktuur

5.5.3.1 Eerste indrukke

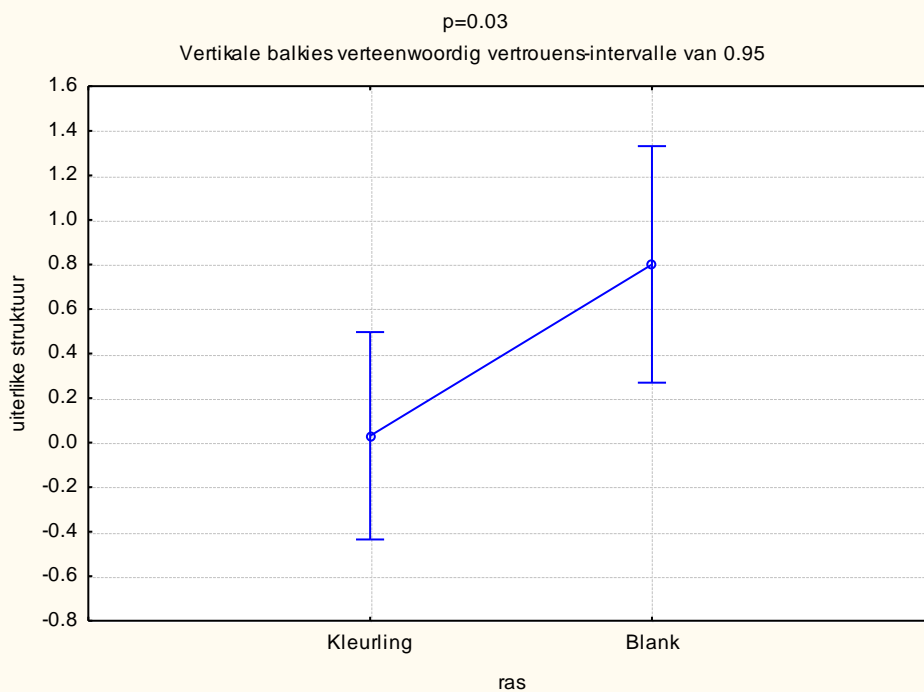
Wat die eerste indrukke van die respondente betref, is die gemiddeldes van Vraag 1 en 5 se data bereken. Die p-waarde, soos gesien kan word in die onderstaande grafiek, is $p = 0.06$. Die p-waarde is slegs effens groter as 0.05, die p-waarde wat bepalend is vir 'n beduidende verskil, maar steeds kleiner as 0,1 wat ook as 'n beduidende verskil in die studie aanvaar word. Die gemiddeld van die blanke respondente is 10,08 en die gemiddeld van die bruin respondente is heelwat minder met 7,9.

Die teks het daarom 'n beter eerste indruk op die blanke respondente gemaak as op die bruin respondente.

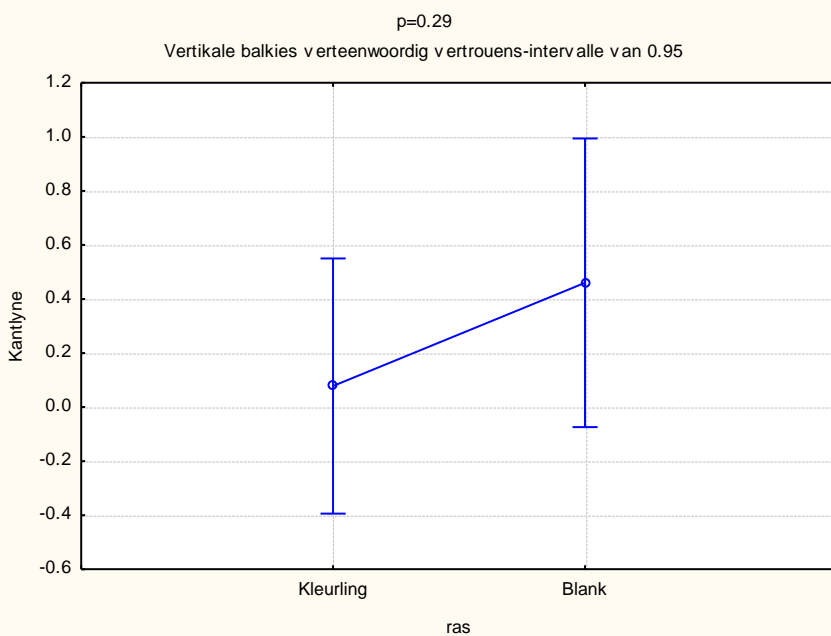


Die verskil tussen die blanke en bruin respondente se menings oor die uiterlike struktuur van die teks is baie beduidend met 'n p-waarde van $p = 0.03$. Die p-waarde is kleiner as $p = 0.05$, die bepalende p-waarde vir 'n beduidende verskil. Die blanke respondente se gemiddeld vir die vraag is 0,8 terwyl die bruin respondente se gemiddeld heelwat minder is met 0,03.

Uit die onderstaande grafiek kan dus afgelei word dat die uiterlike struktuur die leesproses vir die blanke respondente moeiliker maak as vir die bruin respondente. Soos al herhaaldelik bepaal is, verkies bruin respondente meer formaliteit in die tekste, of selfs 'n formele uiterlike struktuur soos wat duidelik in die US Jaarboeke voorkom. Bruin respondente verkies die afstand tussen hulle en die instansie. Die presiese verklaring vir hierdie resultaat sal egter verder ondersoek moet word.



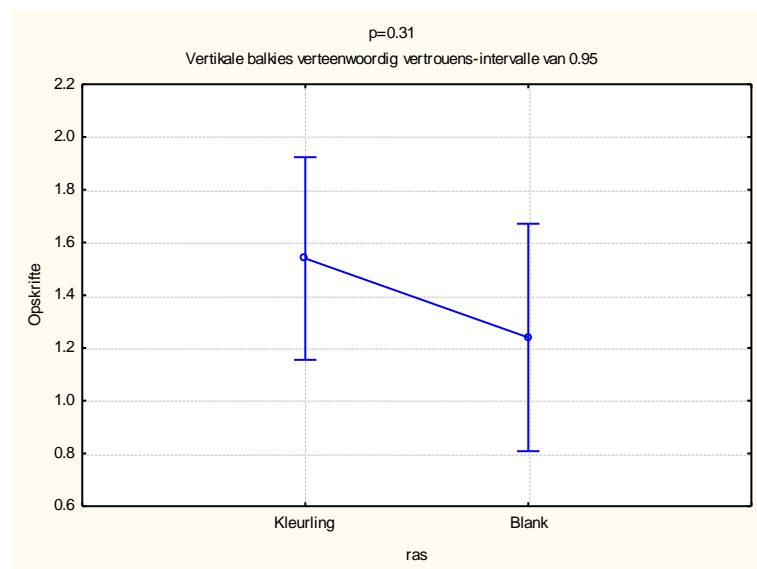
5.5.3.2 Kantlyne



Die p-waarde vir die respondente se menings oor kantlyne is $p = 0.29$. Die verskil is nie beduidend nie en die blanke en bruin respondente het daarom baie dieselfde gereageer op die vraag.

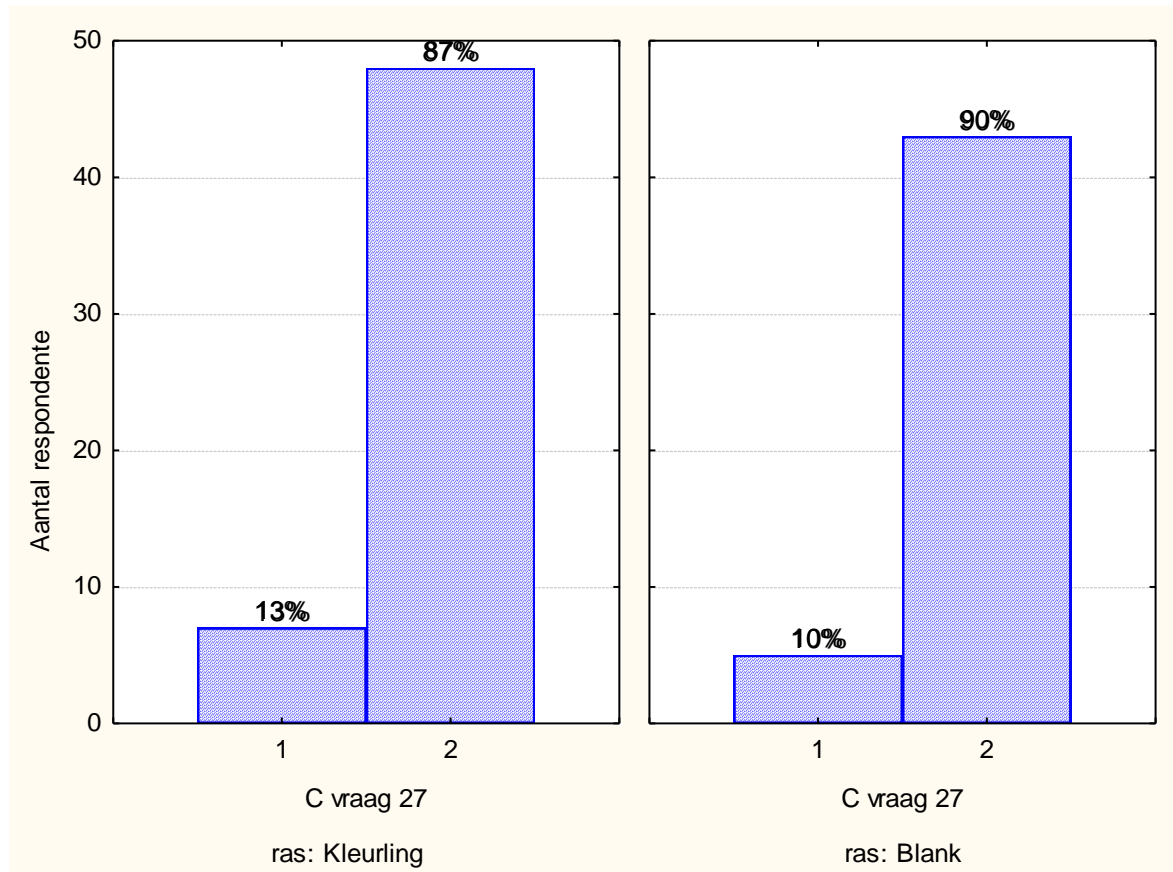
5.5.3.3 Opskrifte

Die p-waarde vir die respondente se menings oor die opskrifte in die teks is $p = 0.31$. Die p-waarde is nie beduidend nie.



5.5.3.4 Paragraawe

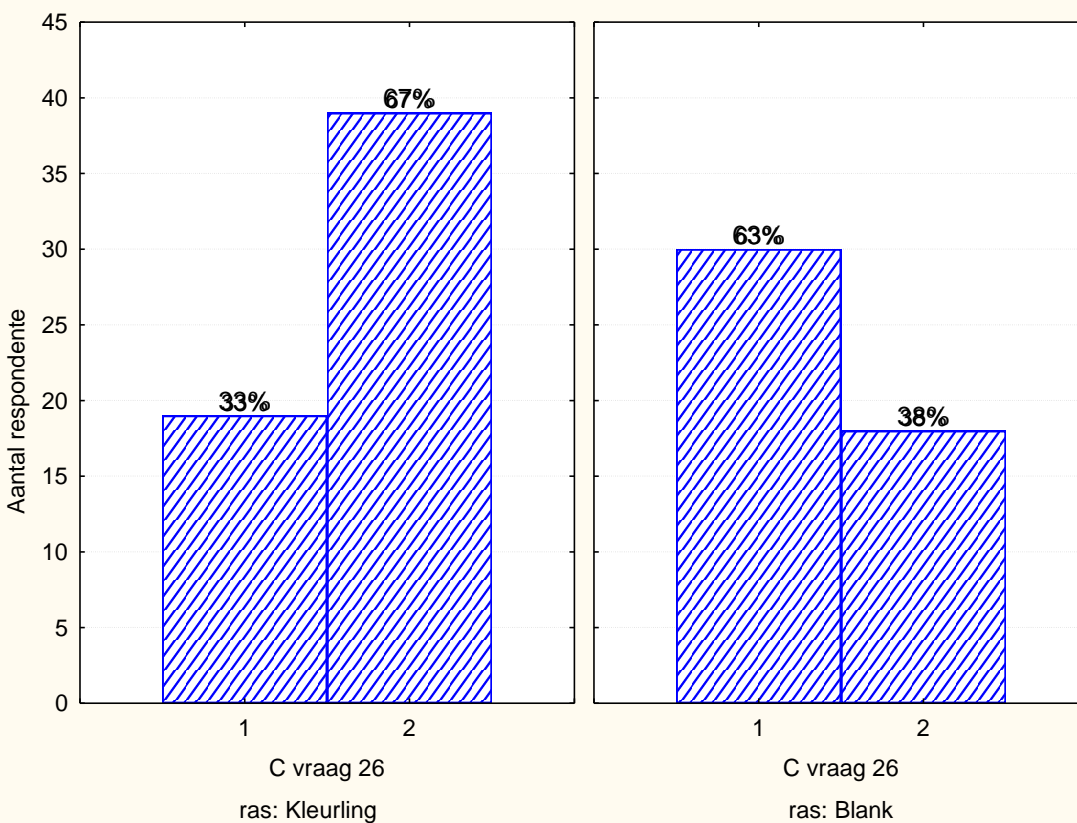
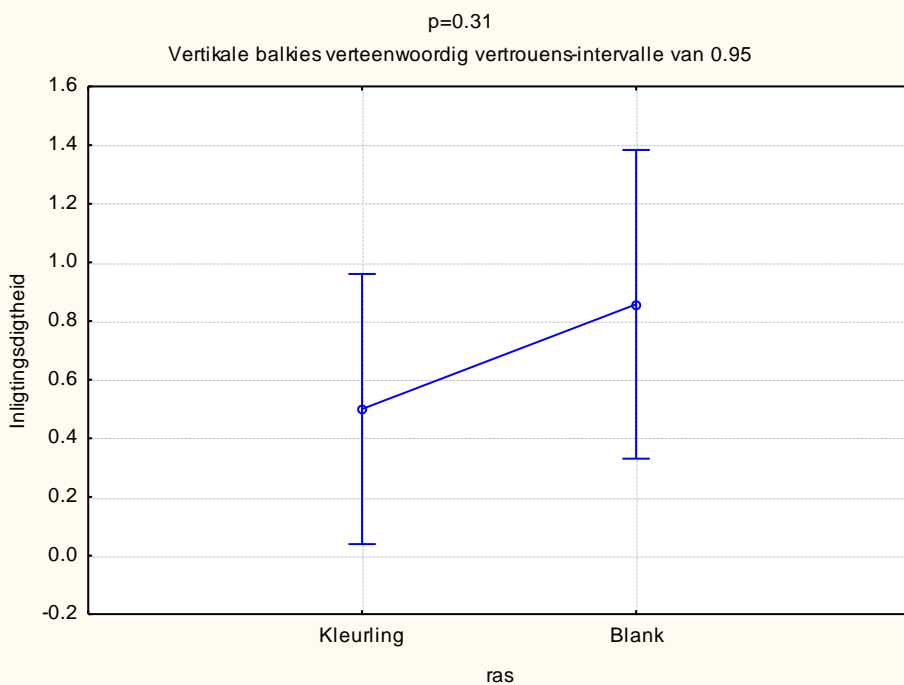
Vraag 27 toets die strukturele aspek van paragraawe. In die vraag het die navorser twee tekste aan die respondent gegee waarvan die respondent die teks moes kies wat die beste lyk. Teks 2 is gemanipuleer deur die paragraawe meer duidelik voor te stel. Beide die blanke (90%) en die bruin respondente (87%) het Teks 2 gekies, maar die verskil tussen hulle response is nie baie beduidend nie.



Die data bewys het weer eens dat die US moet aandag gee aan die uiterlike struktuur van die US Jaarboeke met spesiale fokus op die strukturele aspek van paragrawe.

5.5.4 Inligtingsverspreiding

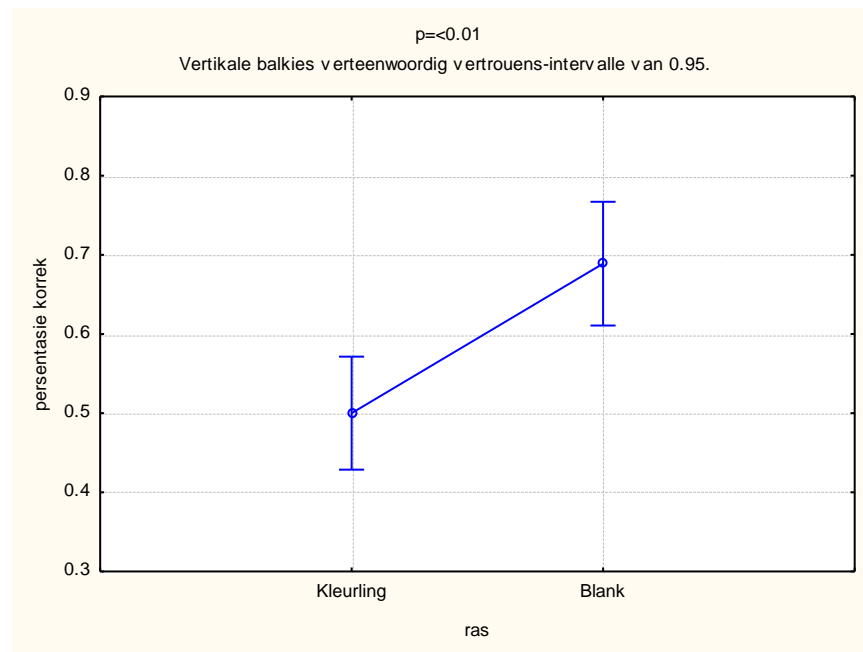
Vraag 9 en Vraag 26 toets die inligtingsverspreiding van Teks A. Die p-waarde van die menings van die blanke en bruin respondente is $p = 0.31$. Die verskil is daarom nie baie beduidend nie.



Die bruin respondente het meestal Teks 2 (67%) gekies, terwyl die Blanke respondente eerder Teks 1 (63%) gekies het. 33% van die bruin respondente het Teks 1 gekies en 38% van die blanke respondente het Teks 2 gekies. By die vraag is dit belangrik om daarop te let dat tydens die eerste data-insameling het Teks 1 ligter gedruk as Teks 2. Dit het 'n belangrike rol gespeel in die respondente se keuses van 'n teks wat die beste lyk.

Hierdie vraag se data kan daarom nie as baie beduidende data hanteer word nie.

5.5.5 Gebruikersvriendelikheid



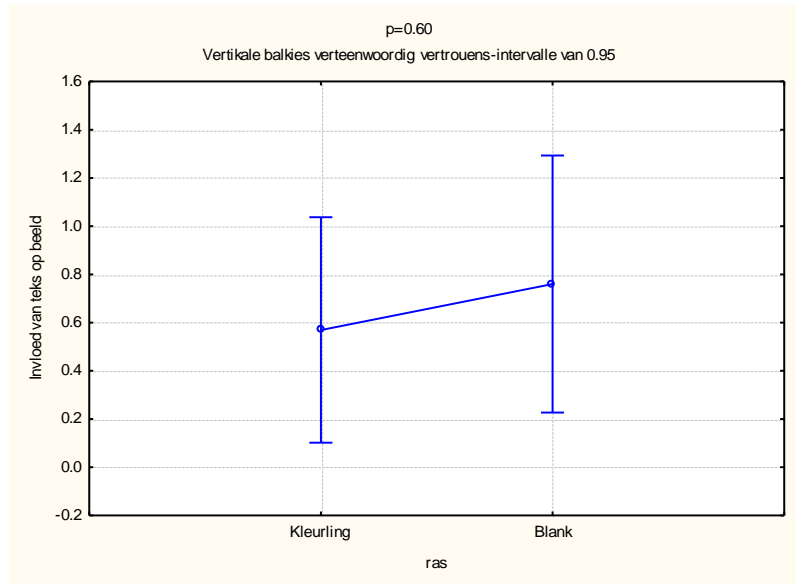
Die afdeling in die teks toets of die dokument gebruikersvriendelik is vir die lesers daarvan. Dit is gedoen deur middel van 'n klein toetsie bestaande uit vier vrae wat gerig is op Teks B. Die resultate van die blanke en bruin respondente op die "toetsie" verskil in 'n beduidende mate. Die p-waarde is kleiner as 0,01 wat heelwat minder is as 0,05 en dus die verskil hoogs beduidend maak. Die gemiddeld van die blanke respondente vir die toets is 0,68 en die gemiddeld van die bruin respondente vir die toets is minder met 0,5.

Die bruin respondente het daarom die vrae moeiliker gevind om te verstaan en hulle het ook swakker gedoen in die toets. Hierdie data is in teenstelling met die data van Vraag 2 en Vraag 15 wat die kognitiewe toegang van die teks getoets het. Soos in die vorige afdeling bespreek is, het die bruin respondente daar aangedui dat hulle die teks beter verstaan as die blanke respondente. Maar daar was ook aandag gevestig op die feit dat respondente soms dink hulle verstaan 'n teks, maar dan is dit nie werklik die geval nie. Hierdie afdeling bevestig hierdie stelling, omdat die bruin respondente baie swakker gevaar het in die toets as die blanke respondente. Die gevolgtrekking is dus dat hulle of die teks nie verstaan het nie of die vrae oor die teks nie verstaan het nie. Hierdie verskille in resultate is insiggewend en hou allerlei waarskuwings in vir die wyse waarop navorsing oor beeldverwante verskynsels gedoen word. Om die gevaar van “oneerlike” response af te weer, is dit byvoorbeeld belangrik om deur middel van verskillende metodologiese invalshoeke die oordele van respondente te kruiskontroleer, soos wat hier gebeur het.

Hierdie data is egter baie waardevol vir die doeleindes van die US. Die afdeling het getoets of die respondente inligting aangaande 'n spesifieke kursus kan kry in die teks en dit kan toepas. Die resultate dui daarop dat die respondente onseker is oor sekere elemente in die teks. Die keuse van kursusse is basiese en belangrike take wat voornemende studente moet doen voor die voornemende student aansoek doen by die US. Hierdie onsekerheid en verwarring wat die respondente in die toets ervaar het kan daartoe lei dat die voornemende student 'n negatiewe beeld van die US vorm of selfs 'n ander Universiteit kies wat se kursusse beter uiteengesit is.

5.5.6 Invloed van Teks A op beeld van Blanke en Bruin respondente

Die p-waarde vir die menings van die blanke en bruin respondente op die vraag is $p = 0.54$. Die p-waarde is dus nie beduidend nie.



5.7 Samevatting

In hierdie hoofstuk is die resultate van al die vrae statisties weergegee. Eerstens is die resultate van al die respondente bespreek en daarna is die resultate van onderskeidelik die manlike en vroulike respondente bespreek asook dié van die blanke en bruin respondente. In die volgende hoofstuk gaan hierdie resultate bespreek word en in verband gebring word met die IFP-model wat die teoretiese basis vorm van die studie.

Hoofstuk 6: Bespreking

6.1 Inleiding

Hoofstuk 6 bespreek al die data wat in Hoofstuk 5 uit die vraelyste verkry is en bring dit ook in verband met die analyses wat vroeër uitgevoer is. Die hoofstuk word in 6 afdelings verdeel: Afdeling 6.2 bespreek die houdings van die respondente teenoor die algemene beeld van die US en 6.3 bespreek die styl van die US Jaarboeke met die fokus op Teks A. In Afdeling 6.4 bespreek die navorser die uiterlike struktuur van die Jaarboeke deur ook op Teks A te fokus en 6.5 bespreek die inligtingsverspreiding van die Jaarboeke. Afdeling 6.6 bespreek die gebruikersvriendelikheid van Teks B, 'n uittreksel uit die Jaarboek Lettere en Wysbegeerte en laastens bespreek Afdeling 6.7 die respondente se beeld van die US na kennismaking met die US Jaarboeke.

In die hoofstuk word die resultate verder uitgebrei deur die verskille van onder andere die manlike en vroulike respondente te bespreek asook dié van die blanke en bruin respondente. Moontlike verklarings vir die verskille word aangevoer, maar dan met die duidelike aanwysing dat verdere navorsing gedoen sal moet word om die geldigheid van die verklarings behoorlik te toets.

6.2 Houdings oor die algemene beeld van die US

In Hoofstuk 5 het die data duidelik aangedui dat die voornemende studente wat aan die studie deelgeneem het, grootliks 'n positiewe beeld van die Universiteit Stellenbosch het. Die beskrywings wat hulle geassosieer het met die US, was meestal positief en die grootste persentasie van die respondente het saamgestem met die stelling dat die US een van die beste universiteite in die land is. Respondente het die US beskryf as 'n betroubare, samewerkende en

opregte instansie. Die ander positiewe beskrywings soos vriendelikheid, nederigheid en empatie is ook geassosieer met die US. Die hipotese wat bepaal het dat voornemende studente meestal 'n meer positiewe beeld van die US het, is na afloop van die studie bevestig.

Vir die respondente in die studie, klink die US na 'n plek vol opwinding, vryheid en goeie geleenthede. Een respondent het die volgende gesê in kommentaar:

“Jy sal baie hard moet leer maar dit gaan die beste paar jare van jou lewe wees”

Die werklike beeld wat die US daarom uitstuur na die wêreld van die voornemende studente is baie positief. Die respondente wat aan die studie deelgeneem het, sien uit daarna om by die Universiteit Stellenbosch te gaan studeer. Die meeste respondente in die studie het met die US kennis gemaak deur middel van hulle vriende, skool en familie. Daar het slegs 'n klein persentasie van die respondente al kennisgemaak met die US deur middel van kommunikasie van die US soos bv. die US Jaarboek, 'n aansoekvorm, ope-dae, ens. Die US Jaarboek is daarom vir die meeste respondente die eerste fisiese kennismaking met die US, soos dit in die meeste gevalle is.

Voornemende studente sal op 'n universiteit besluit op grond van die tipe kursusse wat die instansie aanbied. Dus sal die US Jaarboek geraadpleeg word om navorsing te doen oor die kursusse, die taalmedium, die toelatingsvereistes, ens. Die belangrikheid van die US Jaarboek moet onder geen omstandighede onderskat word nie. Indien die Jaarboek en die kursusse daarin die voornemende student en sy/haar ouers beïndruk, sal die voornemende student meer geneig wees om die US te kies as die tersiêre instansie om by opgelei te word en kan die betrokke dokumentasie die reeds bestaande positiewe beeld verder versterk.

Die beeld van 'n Universiteit moet bewaar word as 'n kosbare entiteit en 'n bate waarsonder universiteite nie kan klaarkom nie. Daar moet te alle tye daarna gestreef word om 'n positiewe beeld na die buitewêreld uit te stuur. Die beeld moet veral in gedagte gehou word met die ontwerp van dokumente van 'n instansie. 'n Enkele dokument het die vermoë om die beeld

van 'n instansie groot skade aan te doen. Volgens die IFP-model wat die onderliggende basis van die studie vorm, is daar baie faktore om in ag te neem by die ontwerp van 'n dokument. Deur hierdie faktore se belangrikheid te verstaan, sal die instansie 'n meer positiewe beeld die wêreld instuur.

Vervolgens gaan die verskillende aspekte bespreek word waarop in die studie gefokus is. Hierdie data gaan ook gerelateer word aan De Stadler (2009) se IFP-model.

Die afdeling eindig deur die bespreking van die invloed van die teks op die beeld van die respondent aangaande die US. Dit is die belangrikste vraag wat die studie wil beantwoord, naamlik of die US Jaarboeke 'n positiewe of 'n negatiewe invloed het op die beeld wat voornemende studente het van die US.

6.3 Houding oor styl

6.3.1 Kognitiewe toegang

Die kognitiewe toegang tot 'n teks verwys na die begrip of verstaanbaarheid van 'n teks. Dit is 'n element in De Stadler (2009) se IFP-model wat baie belangrik geag moet word tydens die ontwerp van 'n teks. Saul Carliner (2002) het die begrip saam met twee ander begrippe (fisiese en affektiewe toegang) geformuleer wat verwys daarna of die leser toegang tot 'n teks kan kry. Van die drie begrippe, kan kognitiewe toegang as die belangrikste een gedefinieer word, omdat die einddoel van enige teks is dat die leser dit moet verstaan. Indien die leser 'n teks nie verstaan nie, slaag die teks nie in sy doel nie. Daar is 'n groot hoeveelheid faktore wat die verstaanbaarheid van 'n teks kan inhibeer. Hierdie faktore word later in die hoofstuk ondersoek.

Vraag 2 en 15 toets die verstaanbaarheid of kognitiewe toegang van Teks A. Vraag 2 vra die respondent of hy/sy dit moeilik gevind het om die teks te verstaan. Die respondente het op die

vrae inkonsekwent gereageer. Die grafiek in Hoofstuk 5 vir Vraag 2 reflekteer nie die gewenste resultate vir die US nie. Dit sou meer voordelig vir die US wees indien die meeste respondente heeltemal verskil (-3) het van die stelling en dus die teks maklik gevind het om te verstaan. 'n Persentasie van 69,5% het neutraal tot volkome saamgestem met die stelling dat hulle die teks moeilik gevind het om te verstaan. Dit is belangrike data wat die US in ag moet neem. Die volgende stap sal wees om uit te vind hoekom die respondente die teks moeilik verstaan.

Vraag 15 het ook die respondente se begrip van die teks getoets deur die stelling in Vraag 2 anders te stel. Vraag 15 maak die stelling dat die respondent die teks maklik verstaan het en weet wat van hom/haar verwag word. Op Vraag 15 het die meeste respondente meer positief gereageer – hulle het saamgestem met die stelling dat hulle die teks verstaan en weet wat van hulle verwag word. Die kontrasterende data kan toegeskryf word aan die respondente se begrip van die betrokke vraag en die invloed van die gedeelte oor wat van hulle verwag word. Die feit bly egter dat as die resultate van die twee vrae saam beoordeel word, is die uitkoms vir die Universiteit nie sonder meer gunstig nie. Dit is duidelik dat die persepsie van die moeilikheidsgraad van die teks tog problematies is en beslis aandag verdien.

Soos wat in Hoofstuk 5 bevestig is by Vraag 17, wat die respondente gevra het om die teks te beskryf, het 'n groot hoeveelheid respondente die teks as moeilik verstaanbaar beoordeel. Ander respondente het verwys na die moeilike woorde en formaliteit van die teks wat ook die moeilikheidsgraad verhoog.

“Dit is groot woorde en moeilik, maar het dit darem verstaan”.

“Nogal moeilik om te verstaan by party plekke, maar gee die nodige inligting”.

“Moeilik om te lees en bedreigend”.

“Die teks is ongelooflik formeel wat dit moeilik maak om te verstaan – 'n meer volledige verduideliking sal die teks ook meer verstaanbaar maak”

“Hulle moet die tekste makliker opstel sodat mense dit kan verstaan”

“Die teks was bietjie moeilik om te verstaan”.

“Daar is 'n paar woorde in die teks wat ek nie verstaan nie”.

“Party woorde is moeilik om te verstaan ...”

“Moeilik om te lees/verstaan (hoë taal), baie hoë woorde gebruik.”

Die menings van die manlike en vroulike respondente in terme van die kognitiewe toegang verskil nie beduidend nie.

Die verskil tussen die blanke en bruin respondente was egter baie beduidend. Volgens die statistieke, het die bruin respondente meer positief op die vrae gereageer as die blanke respondente. Die bruin respondente het daarom die teks makliker verstaan as die blanke respondente. Neem egter in ag dat hierdie resultaat onder druk kom wanneer die bruikbaarheidstoets uitgevoer word. Dan pas word die invloed van die moeilikheidsgraad behoorlik blootgelê en lê die resultate presies omgekeerd.

6.3.2 Ekspressiewe boodskap

Die ekspressiewe boodskap is nog 'n belangrike element wat in die IFP-model bespreek word. Hierdie element het die vermoë om 'n teks se sukses te bepaal of om die teks te laat misluk. Die ekspressiewe boodskap verwys na die beeld van die sender/skrywer van die teks (en daarom ook die instansie wat verteenwoordig word deur die teks). Die skrywer van die US Jaarboeke verteenwoordig die Universiteit Stellenbosch. Dit verwys veral na hoe die skrywer voorkom in die teks dit wil sê is die skrywer opreg, simpatiek en behulpsaam of eerder streng, voorskriftelik en onsimpatiek?

Daar word op die ekspressiewe boodskap gefokus in die studie omdat skrywers nie altyd bewus is van die belangrikheid daarvan nie. Daar bestaan 'n verhouding tussen die skrywer en die leser wanneer die leser 'n teks lees. Dié verhouding word bevorder wanneer die leser met die skrywer kan identifiseer. Die leser sal makliker met die skrywer kan identifiseer indien die skrywer opreg, geloofwaardig en behulpsaam voorkom.

Vraag 3 in die vraelys het op die ekspressiewe boodskap van die teks gefokus. Die vraag het 'n stelling gemaak en die respondent moes op die Likert-skaal aandui of hy/sy met die stelling saamstem of verskil. Die respondente se menings op die vraag was positief. Die respondente stem daarom saam met die stelling dat die skrywer van Teks A begrip het vir die leser wat die teks moet lees, verstaan en toepas.

Dié resultate word weerspreek wanneer die respondente by Vraag 17 die volgende kommentaar lewer:

“Dit is vervelig en onnodige leeswerk”

“Oninteressant”

“ongeorganiseerd, vervelig, uitputtend, lank”

“Daar is niks wat my aandag trek om sommer die teks te wil lees nie”.

“Dit lig vir my in, maar dit is ongelukkig baie vervelig”

“Die teks maak my deurmekaar (ingewikkeld)”.

Sonder dat die respondente dit besef, het hulle die ekspressiewe boodskap en daarom die skrywer van die teks geëvalueer. Ten spyte daarvan dat die respondente die skrywer nie direk beoordeel het nie, het hulle wel indirek 'n negatiewe houding teenoor die skrywer van die teks geopenbaar. Die skrywer van 'n teks moet altyd poog om die teks vir die lesers interessant te maak en nie “oninteressant” en “vervelig” nie. Lesers hou ook nie van lang, uitputtende tekste nie en verkies eerder korter tekste. “Ongeorganiseerde” en “deurmekaar” tekste dra ook by tot 'n negatiewe houding teenoor die teks en uiteindelik 'n negatiewe beeld van die instansie.

Die skrywer moet die teks vir die leser goed struktureer en uiteensit om die estetiese waarde asook die kognitiewe toegang van die teks te verbeter. Die skrywer moet die teks interessant en leersaam maak vir die leser om die leser se aandag te trek, te behou en uiteindelik die doel van die teks te bereik. Wat die resultate van beide die analise en die lesergerigte ondersoek uiteindelik uitwys, is dat die skrywer van die Jaarboek nie die lesers in dié opsig akkommodeer

nie en dus 'n onbehelpsame en onsimpatieke beeld uitstraal wat die beeld van die Universiteit Stellenbosch negatief beïnvloed.

Die manlike en vroulike respondente het nie beduidend verskillend gereageer op die ekspressiewe boodskap van die teks nie. Albei groepe het positiewe menings gehad op die vraag en het dus grootliks saamgestem met die stelling. Die blanke respondente het meer negatief as die bruin respondente op die stelling gereageer, maar nie genoeg om die verskil as beduidend te klassifiseer nie.

6.3.3 Relasionele boodskap

Saam met die ekspressiewe boodskap, word die relasionele boodskap ook as 'n belangrike element in die IFP-model en uiteindelik in die beeldvormingsproses van 'n instansie beskou. Enige instansie bou 'n verhouding met sy aandeelhouers, kliënte of beleggers. Die instansie is afhanklik van hierdie verhouding, omdat die groepe in die meeste gevalle die instansie finansier en ondersteun. In die geval van die Universiteit Stellenbosch, bestaan die verhouding tussen die instansie en sy aandeelhouers; die instansie en sy personeel en die instansie en sy studente.

In die studie word daar veral op die laaste verhouding gefokus. Die verhouding word verder voortgesit in die instansie se dokumentasie en in die studie, deur middel van die US Jaarboeke. Die verhouding van die Universiteit Stellenbosch en sy studente in kommunikasie word voorgestel deur die relasionele boodskap.

Die relasionele boodskap verwys na die verhouding wat bestaan tussen leser en skrywer of tussen student en die Universiteit Stellenbosch. Sonder dat lesers dit beseft, is hulle baie gevoelig vir die verhouding in 'n teks. Die verhouding word veral gebou op grond van 'n leser se affektiewe toegang tot 'n teks. Dit verwys na hoe die leser voel wanneer hy/sy die teks lees. 'n Teks wat die leser laat welkom voel sal 'n beter basis bou vir 'n verhouding met die skrywer as 'n teks wat die leser vervreem en uitsluit. 'n Goeie relasionele verhouding tussen die skrywer

en die leser van die teks sal ook lei tot 'n meer positiewe beeld van die skrywer en uiteindelik die instansie.

Twee vrae het die relasionele boodskap getoets, die eerste vraag was negatief gestel en die ander vraag meer positief. Op die stelling of die teks die respondent onwelkom en vervreem laat voel, het die meeste respondente positief gereageer op die vraag. Die meeste respondente het dus saamgestem dat die teks hulle onwelkom en vervreemd laat voel. Lesers voel dikwels onwelkom en vervreemd in 'n teks as hulle nie met die skrywer van die teks kan identifiseer nie. Dit kan wees omdat die skrywer die leser nie insluit by die teks nie, omdat die teks dalk té formeel of té moeilik is. Die data van hierdie vraag is nie goeie nuus vir die US nie. Die US moet fokus op die relasionele boodskap in die Jaarboek en sodoende hulle kommunikasie verander sodat respondente welkom voel in die teks.

Die gevolg van hierdie vraag is dat die relasionele boodskap nie baie effektief aangewend word in die teks nie. Die ontwerper van die teks moet daarom werk maak daarvan om 'n beter verhouding tussen die leser en die skrywer op te bou en sodoende die beeld van die US te bevorder.

In teenstelling met Vraag 4 wat presies dieselfde toets, was die menings van die respondente op Vraag 10 meer positief. Die meerderheid respondente het saamgestem met die stelling dat die teks hulle welkom laat voel. As die resultate egter versigtig beoordeel word in terme van dit wat gewens sou wees vir die instansie, is dit nie noodwendig gunstig nie, want slegs 40% van die respondente reageer positief genoeg. Ten spyte van die kontrasterende data, is die resultate van Vraag 10 dus steeds nie ideaal vir die US nie.

Formaliteit tesame met moeilike woorde en sinne het die vermoë om 'n leser te vervreem van 'n teks. Dit is veral in die geval insiggewend om op die aspek te konsentreer, omdat die respondente jong voornemende studente is. Die formaliteit van die teks word in 6.3.5

bespreek. In dié afdeling sal die relasionele boodskap ook klink, omdat die aspekte mekaar multi-dimensioneel beïnvloed en daarom ook saam beoordeel behoort te word.

Die manlike en vroulike respondente het nie beduidend verskillend gereageer op die relasionele boodskap in die teks nie. Die verskil tussen die blanke en bruin respondente is effens beduidend, aangesien die p-waarde nie baie verskil van die p-waarde $p = 0,1$ nie. Die Bruin respondente in die studie het meer welkom in die teks gevoel as die Blanke respondente. Uit die data van die vorige hoofstuk, kan afgelei word dat die Bruin respondente 'n meer formele en onpersoonlike aanslag in kommunikasie verkies.

6.3.4 Aanspreekvorme en verwysing na die instansie

In die studie verdeel die navorser aanspreekvorme in twee kategorieë naamlik die *verwysing na die leser* en die *verwysing na die skrywer of instansie*. In die eerste kategorie, word daar gefokus op *direkte* en *indirekte* aanspreekvorme en in die tweede kategorie is die fokus op die eksklusiewe *ons*.

In die US Jaarboeke word daar gebruik gemaak van die indirekte aanspreekvorm. Dit beteken daar word indirek na die leser verwys as “die aansoeker” of “die student” of selfs glad nie. Die navorser toets in die eerste kategorie of die leser dié aanspreekvorm verkies of 'n meer direkte aanspreekvorm soos “jy”.

In die tweede kategorie toets die navorser of die respondente die oorspronklike verwysing in die Jaarboeke na die Universiteit as “die Universiteit” of “die kantoor” verkies bo 'n meer persoonlike verwysing naamlik “ons”.

6.3.4.1 Verwysing na die leser

By Vraag 6 het die meeste respondente saamgestem met die stelling dat hulle hou van die manier waarop die skrywer hulle aanspreek in die teks. Hulle hou daarom van die indirekte verwysings wat voorkom in die US Jaarboeke. Lesers is egter nie opgelei om direkte of indirekte aanspreekvorme in 'n teks te identifiseer nie, daarom toets die Vraag 25 hierdie aspek op 'n ander wyse, naamlik deur 'n gemotiveerde keuse te stel.

Daar was 'n beduidende verskil tussen die menings van die manlike en vroulike respondente op Vraag 6. Die vroulike respondente het meer positief gereageer op die indirekte aanspreekvorme in die teks. Die verskil tussen die menings van die blanke en bruin respondente op Vraag 6 was nie beduidend nie.

In Vraag 25 word daar twee tekste aan die leser gegee waarvan die een teks die oorspronklike teks is met geen direkte verwysing. Die ander teks is gemanipuleer deur van die direkte verwysing gebruik te maak. In dié vraag kry die respondent twee tekste waarin beide direkte en indirekte verwysings gebruik word. Dit sal vir die respondent makliker wees om 'n keuse te maak tussen die twee tekste as dit met mekaar vergelyk kan word.

Op hierdie vraag het die meeste respondente Teks 1 gekies, die teks wat gemanipuleer is deur gebruik te maak van direkte aanspreekvorme. Die respondente het daarom die teks verkies waarin hulle direk aangespreek word. Direkte aanspreekvorme verklein die afstand tussen die leser en die skrywer en daarom tussen die voornemende student en die Universiteit. Die direkte aanspreekvorm betrek die leser meer in die teks en laat die leser meer welkom voel in die teks. Sodoende bevorder dié aanspreekvorm die relasionele boodskap van die teks. Soos in die vorige afdeling genoem is, is dit belangrik om te onthou dat die verskillende konsepte in die IFP-model 'n multilaterale invloed op mekaar het. Uiteindelik dra al die konsepte daartoe by om die beeldvorming en -projeksie van 'n instansie te beïnvloed.

Op Vraag 25, het beide die manlike en vroulike respondente Teks 1 (gemanipuleerde weergawe) gekies. Meer vroulike respondente het egter Teks 1 gekies as manlike respondente. Die vroulike respondente het daarom meer gehou van die teks met die direkte aanspreekvorm. Soos reeds gesê, moet in ag geneem word dat die respondente onkundig is op die gebied van dokumentontwerp en –analise.

Die verskil tussen die blanke en bruin respondente se menings op Vraag 25 was egter meer beduidend. Die meeste blanke respondente het Teks 1 gekies (gemanipuleerde weergawe), terwyl die grootste persentasie van die bruin respondente Teks 2 (oorspronklike teks) gekies het. Die bruin respondente verkies dus die teks met die indirekte aanspreekvorme.

Indirekte aanspreekvorme vergroot die afstand tussen die leser en die skrywer. Die aanspreekvorme versteek die mense of die agente in 'n teks en maak die sin meer formeel en onpersoonlik. Soms verkies lesers dié aanspreekvorm, omdat dit nie soveel aandag op die leser van die teks plaas nie en daarom ook nie soveel verantwoordelikheid nie. Dit kan miskien die verskil tussen die blanke en bruin respondente se menings verklaar. Die bruin respondente hou dalk nie van die persoonlike aandag van die direkte aanspreekvorm nie, maar verkies eerder om nie aangespreek te word nie. Hulle verkies dus die onpersoonlike en meer formele aanslag van die teks.

By die gemotiveerde keusevrae het nie alle respondente hulle keuses gemotiveer nie. In die onderstaande tabel word sommige van die respondente se motiverings vir hulle tekskeuses verskaf. Teks 1 is die gemanipuleerde teks en Teks 2 is die oorspronklike teks.

Teks 1	Teks 2
"Meer persoonlik."	"Dis makliker."
"Maklik verstaanbaar, dit laat mens meer welkom voel."	"Meer inligting en verduidelik meer."
"Verduidelik beter op wie dit van toepassing is."	"Klink meer uitnodigend."
"Dit laat 'n student meer welkom voel."	
"Teks 1 trek meer jou aandag."	
"Lees makliker."	

"Meer oop en toeganklik, gerig op studente."	
"Is meer spesifiek."	

6.3.4.2 Verwysing na die skrywer of instansie

Vraag 14 toets of die manier hoe die skrywer na die US in die Jaarboeke verwys, die US se menslikheid beïnvloed. Laat die verwysing na die US in hulle kommunikasie die US na 'n gebou klink eerder as 'n menslike entiteit? Uit die resultate van die vorige hoofstuk, is dit duidelik dat die respondente se menings op die vraag baie gevarieerd was. Dieselfde hoeveelheid respondente het saamgestem en verskil met die stelling in Vraag 14 dat die US as 'n gebou eerder as 'n menslike entiteit voorkom. Die respondente was dus neutraal oor die vraag.

Dit is duidelik dat die respondente onseker gereageer het op die stelling. 'n Instansie soos die US kan nie hierdie response bekostig nie. Daar moet egter daarop gelet word dat meer as die helfte (53%) van die respondente saamstem met die stelling en dus voel dat die Universiteit voorkom as 'n gebou eerder as 'n menslike entiteit. Die data stel die US beslis nie in 'n goeie lig nie en dit is daarom belangrik dat die US baie aandag aan die aspek moet gee.

Beide die manlike en vroulike respondente asook die blanke en bruin respondente het nie beduidende verskille in hulle menings getoon nie.

Vraag 23 het die verwysing na die skrywer getoets deur te fokus op die gebruik van die eksklusiewe *ons*. Die eksklusiewe *ons* sluit die skrywer in, maar dit sluit die leser uit. In die geval van die US Jaarboeke, word daar meestal na die Universiteit Stellenbosch verwys as "die Universiteit". Dit is 'n onpersoonlike verwysing wat die Universiteit meer na 'n gebou as 'n menslike entiteit laat klink. Die navorser het 'n oorspronklike sin uit die teks geneem en dit gemanipuleer deur die sin 'n meer persoonlike onderwerp te gee.

Die grootste persentasie van die respondente het Teks 2 gekies naamlik die teks wat gemanipuleer is deur die eksklusiewe *ons* in Teks 2 aan te bring. Die meeste respondente verkies daarom die meer persoonlike verwysing na die Universiteit. Die meer persoonlike verwysing verklein die afstand tussen die leser en die skrywer en bevorder die verhouding tussen die skrywer en leser. Die relasionele boodskap van die teks word in die proses ook bevorder. Indien die instansie meer menslik en opreg in die teks voorkom sal die leser in 'n groter mate met so 'n instansie kan identifiseer. Die leser sal 'n positiewe houding teenoor die instansie formuleer en uiteindelik 'n positiewe beeld vorm van die instansie.

In die onderstaande tabel, word sommige van die respondente se motiverings vir hulle tekskeuses verskaf. Die respondente was nie bewus watter stylaspek die navorser in elke vraag gemanipuleer het nie. Dit is dus opvallend dat sommige respondente wel die “ons” in die teks raakgesien het en dit in hulle motiverings geïnkorporeer het. Teks 1 in dié geval is die oorspronklike teks en Teks 2 is die gemanipuleerde teks.

Teks 1	Teks 2
“Ek stem nie saam met Teks 2 dat ‘ons’ ingesluit is nie.	“Teks 2 laat jou meer deel voel.”
“Die woord ‘vir ons’ pla my in Teks 2.”	“Meer lesersvriendelik.”
“Makliker verstaanbaar en om te lees.”	“Ek voel meer deel van die Universiteit, voel of ek ook by die ‘ons’ ingesluit is.
“Teks 2 het net ekstra woorde, korter is beter.”	Deur om te sê ‘ons’, weet die leerder dat sy deel van die US is.”
“Dit klink beter as Teks 2.”	“Dit laat my voel of die Universiteit 'n mens is en nie 'n gebou nie.”
	“Dit is meer persoonlik en laat jou meer gemaklik voel.”
	“Laat studente meer deel voel, samewerkend.”
	“Ons is deel van die Universiteit.”
	“Verstaan en begryp die teks beter.”
	“Dit klink meer huislik en motiverend en oortuigend. Hulle sluit jou in, maak jou deel.”
	“Meer persoonlik.”

	“Dit is meer doeltreffend en mens weet die Universiteit praat van hulself.”
--	---

Daar moet egter gelet word op die oormatige gebruik van die eksklusiewe of inklusiewe *ons*, omdat dit soms vals en ongeloofwaardig kan voorkom. Oormatige gebruik van dié stylaspekte kan die beeld van die US skade aandoen as lesers nie daarvan hou as die Universiteit te persoonlik voorkom nie en eerder verkies dat die Universiteit gesien word as ‘n formele instansie wat ‘n afstand skep tussen hom en sy studente.

Beide die manlike en vroulike respondente het Teks 2 gekies in die vraag. Daar het effens meer vroulike respondente Teks 2 gekies as manlike respondente, maar nie genoeg om as ‘n beduidende verskil te klassifiseer nie. Meer blanke respondente het Teks 2 gekies as bruin respondente. Die bruin respondente het meestal Teks 1 gekies in teenstelling met die blanke respondente. Dit is daarom duidelik dat die blanke respondente gemakliker is met die meer informele, persoonlike verwysing na die Universiteit as die bruin respondente in die studie.

Net soos die vorige vraag bewys het, verkies die bruin respondente die onpersoonlike verwysings wat die afstand vergroot tussen die leser en skrywer. Hulle hou dalk nie van die persoonlike verhouding wat tussen hulle en die US gebou word wanneer die verwysing na die leser en die verwysing na die skrywer meer persoonlik is nie.

6.3.5 Formaliteit

Wat die formaliteit van die teks betref, is daar in die studie gefokus op moeilike woorde en frases en moeilike sinskonstruksies, o.a. met verwysing na die aktiewe en passiewe sinne in die teks. Woorde word moeilik gevind wanneer lesers nie bekend is daarmee nie, omdat dit ouderwets is of dalk van ‘n sekere terminologie wat onbekend is vir die leser van ‘n teks. So sal ‘n kunsstudent nie ‘n mediese teks verstaan nie, omdat die mediese terminologie vreemd en onbekend is vir die kunsstudent. Net so sal jong lesers nie woorde verstaan wat nie meer in

alledaagse taalgebruik voorkom nie. Dit is hoekom die belangrikheid van navorsing oor die teikenmark van 'n teks nie genoeg beklemtoon kan word nie.

Vraag 8 in die vraelys toets of die respondent gemaklik is met die manier waarop die inhoud van die teks geskryf is. Die meeste respondente het saamgestem met die stelling en voel daarom gemaklik met die manier waarop die inhoud aangebied word. Slegs 'n klein persentasie van die respondente het verskil van die stelling. As daar egter uitgegaan word van gewenste response en die fokus val op waardes 2 en 3 op die skaal, is dit maar 50% wat saamstem met die stelling. Dit is nie die mees ideale uitkoms vir die Universiteit nie en waarsku reeds dat die formaliteit en moeilikheidsgraad van die teks gekombineer dalk probleme kan veroorsaak en dus aandag verdien.

Daar is nie beduidende verskille tussen die menings van die manlike en vroulike respondente of dié van die blanke en bruin respondente in die studie nie. In dié geval, kon dit dalk onduidelik vir die lesers gewees het dat die vraag na die formaliteit van die teks verwys. Ook is die respondente dalk nie bekend met dokumentontwerpkonsepte soos formaliteit en informaliteit nie.

Die navorser het daarom in die Vraag 24 vir die respondent 'n keuse gegee tussen 'n formele teks en 'n minder formele teks. Die formele bewoording van Teks 1 is vereenvoudig in Teks 2 en die sin is verander van 'n meer formele passiewe vorm na 'n minder formele aktiewe vorm.

Die meeste respondente het die gemanipuleerde teks (Teks 2) gekies wat minder formeel is. Die menings van die manlike en vroulike respondente toon nie 'n beduidende verskil nie. Die verskil tussen die menings van die blanke en bruin respondente op die vraag was egter beduidend. 'n Groter persentasie blanke respondente het Teks 2 gekies as bruin respondente. Die helfte van die bruin respondente het Teks 1 gekies en die ander helfte het Teks 2 gekies. Soos alreeds in die vorige twee afdelings bepaal is, verkies die bruin respondente 'n meer formele, onpersoonlike aanslag in die Universiteit se kommunikasie.

Uit hierdie data, kan daar afgelei word dat die US sal baat deur gebruik te maak van 'n meer persoonlike en minder formele aanslag in hulle kommunikasie. Sommige woorde in die Jaarboek is te moeilik en ouderwets vir die lesers om te verstaan. Passiewe sinskonstruksies is ook moeiliker om te verstaan as die meer informele, aktiewe sinskonstruksies.

In die onderstaande tabel word sommige van die respondente se motiverings vir hulle tekskeuses verskaf. Teks 1 was die oorspronklike teks en Teks 2 was die gemanipuleerde teks.

Teks 1	Teks 2
"Dit klink meer gepas."	"verstaan dit beter."
"Kort en verstaan beter."	"klink meer persoonlik".
Makliker om te verstaan."	"Dit klink meer vriendelik as Teks 1, Teks 1 klink of hulle jou gaan uitskel."
	"Verstaan dit beter as Teks 1 as gevolg van 'vakatures', meeste mense sal dit nie verstaan nie."
	"Teks 1 klink soos 'n opdrag".
	"Die woorde wat hulle in Teks 2 gebruik verstaan ek makliker."
	"Makliker leesbar en eenvoudiger skryfstyl."
	"Bewoording is maklik en verstaanbaar."

6.3.6 Voorskrifte

Die afdeling fokus op die manier hoe die US voorkom in hulle kommunikasie – met ander woorde watter beeld kry die leser van die instansie. Is dit 'n beeld van 'n streng en voorskriftelike gesagsfiguur of eerder 'n vriendelike en behulp same gids? Die vraag toets hoe die respondent gesag in die teks evalueer siende dat daar 'n verhouding tussen die Universiteit en die student bestaan. Daar moet steeds 'n mate van gesag behou word tussen die twee

entiteite. Die navorser wil dus toets of die US te voorskriftelik en gesaghebbend voorkom en of die respondente dit so verkies.

Die meeste respondente was neutraal oor die stelling of die US voorkom as 'n gesagsfiguur. In gevalle waar respondente neutraal is oor 'n stelling, kan dit ook aanvaar word as belangrike antwoord wat beteken dat die respondente in die geval onseker is. 'n Instansie soos die US kan dit nie bekostig dat voornemende studente onseker is of hulle voorkom as 'n gesagsfiguur of nie. Die beskrywing "gesagsfiguur" stel die US in 'n negatiewe lig en dit moet voorkom word. Respondente sal 'n meer negatiewe houding hê teenoor 'n Universiteit wat gesien word as 'n gesagsfiguur. Die houding sal aangehelp word wanneer die voornemende student op ander maniere aan die US blootgestel word en self die gesag ondervind. Dit sal lei tot 'n negatiewe beeld van die US.

Die manlike en vroulike respondente het baie verskillend op die vraag (Vraag 11) gereageer. Die vroulike respondente het saamgestem met die stelling dat die US voorkom as 'n gesagsfiguur, terwyl die manlike respondente verskil het van die stelling. Dit is 'n beduidende gevolgtrekking om in ag te neem. Vroulike respondente is gewoonlik meer ingestel op die afstand wat tussen die leser en die skrywer geskep word. Indien die afstand groot is, is daar 'n groter mate van gesag tussen die voornemende student en die US. Gesag word uitgebeeld in die vorm van 'n teks wat streng, voorskriftelik en formeel klink. Manlike respondente verkies eerder die meer onpersoonlike, saaklike taalgebruik, terwyl vroulike respondente 'n meer persoonlike en sagter aanslag verkies.

Daar was nie 'n beduidende verskil tussen die menings van die blanke en bruin respondente nie.

6.4 Houdings teenoor die uiterlike struktuur

Die navorser het besluit om in die studie baie aandag te gee aan die uiterlike struktuur van die teks. Die rede vir dié besluit is geneem omdat die uiterlike struktuur van die US Jaarboeke opvallend swak is, soos blyk uit die analise van die betrokke dokumentasie. Daar is 'n verskeidenheid elemente waarvan gekies kan word in die kategorie van uiterlike struktuur, maar vir die doeleindes van die studie het die navorser op die volgende vier aspekte gefokus:

- Eerste indrukke
- Opskrifte
- Kantlyne
- Paragraawe

Die eerste indrukke van 'n teks moet nie onderskat word nie. Alreeds met die eerste indrukke, vorm die leser 'n mening oor die teks wat later in 'n individu se beeld van die instansie geïnkorporeer word. Daar is besluit om op die opskrifte in die teks te fokus, omdat die opskrifte ouderwets, onduidelik en oneffektief is. Die fokus op kantlyne is grootliks as gevolg van die gebrek aan kantlyne in die teks en dieselfde geld vir die paragraawe – die paragraafstruktuur van die teks word nie duidelik gemerk nie en gee aan die teks 'n grys, soliede gevoel wat die leesbaarheid daarvan ernstig kan benadeel. Die ontwerper van die Jaarboeke het besluit om die strukturele waarde van opskrifte, kantlyne en paragraawe te verontagsaam om sodoende soveel as moontlik inligting op 'n bladsy in te kry en in die proses geld te bespaar.

Vraag 13 maak die volgende stelling: *“Die manier waarop die teks uitgelê en gestruktureer is, maak die leesproses moeilik”*. Die vraag verwys na die algehele uitleg en struktuur van Teks A. Ten spyte daarvan die respondente se menings op die vraag baie verspreid was, het die meerderheid respondente saamgestem met die stelling. Dit is 'n aanduiding dat die

respondente se leesproses versteur en selfs moeiliker gemaak is as gevolg van die uiterlike struktuur van die teks.

Meer as die helfte (55%) van die respondente het saamgestem met die stelling dat die uiterlike struktuur die leesproses moeilik maak. 'n Verdere 10% van die respondente was neutraal oor die stelling. Dit is kommerwekkend vir die US en belangrike data om in ag te neem. Indien die US aandag aan hierdie aspek sou gee, sal dit daartoe lei dat die uitleg van die Jaarboeke verbeter word en sodoende ook die beeld van die US.

Die menings van onderskeidelik die manlike en vroulike respondente aangaande die uiterlike struktuur van die teks het nie beduidende verskille opgelewer nie. Die menings van die blanke en bruin respondente aangaande die uiterlike struktuur van die teks het egter 'n meer beduidende verskil opgelewer. Die uiterlike struktuur was vir die blanke respondente 'n groter steurnis as vir die bruin respondente.

Die uiterlike struktuur se belangrikheid moet nie onderskat word nie. 'n Goeie uiterlike struktuur vergemaklik 'n leser se fisiese toegang tot die teks. Die fisiese toegang in 'n teks verwys daarna of die leser inligting in die teks kan kry en of dit maklik is om hierdie inligting te kry. Duidelike opskrifte, paragrawe en kantlyne vergemaklik hierdie proses. Indien die leser sukkel om inligting te kry in 'n teks, kan dit lei tot frustrasie met die teks en ook met die instansie wat deur die teks verteenwoordig word.

6.3.1 Eerste indrukke

Afdeling B word ingelei deur eerstens die respondente se eerste indrukke van Teks A op te som. Teks A is 'n uittreksel uit die Algemene Jaarboek van die US. Die teks is spesifiek gekies omdat dit ook van toepassing is op voornemende studente en handel oor losies aan die US. Vir voornemende studente wat dus beplan om by die US te gaan studeer, is die teks belangrik om in ag te neem. Ten spyte daarvan dat daar ander tekste in die Jaarboek is wat die eerste

indrukke van die respondente meer negatief sou beïnvloed het, het die navorser besluit op 'n teks wat die respondente ook sal bevoordeel.

Net soos daar sekere beskrywings aan die respondent gegee is om die beeld van die US te beskryf, het die navorser 'n aantal beskrywings geïdentifiseer wat die respondent se eerste indrukke van Teks A kan opsom. Hierdie beskrywings verwys na die volgende:

Ouderwets	Modern
Formeel	Informeel
Onprofessioneel	Professioneel
Nie leservriendelik	Lesersvriendelik
Onvolledig	Volledig

Tabel 6.1: Beskrywings van eerste indrukke van Teks A

Soos bespreek is in Hoofstuk 5, was die respondente se eerste indrukke van Teks A grootliks positief. Die meeste respondente het hulle eerste indrukke van die teks geformuleer as professioneel, leservriendelik en volledig. Sommige respondente het geredeneer dat die teks dalk te formeel lyk. Die meeste respondente het egter die positiewe beskrywings aan hulle eerste indrukke van die teks gekoppel.

Alreeds met 'n leser se eerste indruk van 'n teks vorm die leser 'n opinie oor die teks en indirek ook oor die instansie wat die teks verteenwoordig. Die eerste indrukke is veral belangrik om in ag te neem wanneer 'n leser onkundig is op ander gebiede soos die styl van 'n dokument. Alle lesers vorm egter 'n eerste indruk van 'n teks, ongeag of die leser 'n leek is of 'n kundige.

In Vraag 5 (kyk bylae) het die navorser die respondent meer direk gevra of die teks 'n goeie indruk gemaak het op hom/haar. Soos bespreek is in die vorige hoofstuk, was die response op die vraag ook redelik positief, maar daar was 'n persentasie (sowat 50%) van die respondente wat neutraal en selfs negatief gereageer het op die stelling. Die teks het daarom nie 'n voldoende goeie indruk op die respondente gemaak nie. Hierdie statistiek is belangrik vir die

US om in ag te neem, omdat eerste indrukke 'n belangrike rol speel in die vestiging van houdings teenoor die US en uiteindelik die beeld van die US. Dokumente wat 'n goeie indruk maak staan 'n beter kans om die beeld van die betrokke instansie positief te beïnvloed.

In terme van geslag, het die vroulike respondente meer positief gereageer op die vrae oor eerste indrukke as die manlike respondente. Die verskil tussen die menings van die manlike en vroulike respondente is baie beduidend. Die teks het 'n beter indruk gemaak op die vroulike respondente in die studie as op die manlike respondente. Die verklaring hiervoor sal deur verdere navorsing bepaal moet word.

Die verskil tussen die menings van die blanke en bruin respondente is beduidend op die vraag. Die bruin respondente het meer positief op die vraag gereageer as die blanke respondente.

6.4.2 Opskrifte

Die opskrifte van 'n teks is 'n belangrike strukturele komponent waaraan baie aandag gegee moet word. Die opskrifte moet duidelik en prominent wees en maklik onderskei word van die res van die teks. Opskrifte lei 'n leser in 'n teks en help ook die leser om hom-/haarself in die teks te oriënteer. Opskrifte en subopskrifte moet 'n eenheid vorm in die teks om sodoende die leser te lei in die teks.

Vraag 12 het die opskrifte in die teks getoets deur middel van 'n stelling waarmee die respondent moes saamstem of verskil. Die menings van die respondente op die stelling was baie positief en hulle het dus saamgestem met die stelling dat die opskrifte in die teks duidelik is en dat die opskrifte hulle gehelp het om inligting in die teks te vind. Een respondent het egter die volgende kommentaar oor die opskrifte gegee:

“... en die hoofopskrifte is nie duidelik nie”.

Nog 'n respondent het die volgende aanbeveling gemaak:

“Daar kan dalk spasies tussen elke hoofopskrif en die volgende paragraaf wees om lees makliker te maak.”

Die menings van die manlike en vroulike respondente het nie baie verskil nie, maar die vroulike respondente het wel die opskrifte duideliker gevind as die manlike respondente. Die menings van die blanke en bruin respondente aangaande die opskrifte in die teks het nie beduidend verskil nie.

6.4.3 Kantlyne

Net soos opskrifte, het kantlyne ook 'n belangrike strukturele funksie. Dit struktureer die teks op die bladsy en verseker ook die nodige 40% wit wat op die bladsy behoue moet bly ten einde die leesbaarheid van die teks te verhoog. Dit maak die teksreëls korter vir die leser wat die teks moet lees. Kantlyne is 'n strukturele aspek waaraan nie altyd baie aandag gegee word nie, omdat lesers aanvaar die teks het kantlyne. Die belangrike rol wat kantlyne in 'n teks speel is egter verontagsaam in die geval van die Jaarboeke met die doel om plek (en geld) te spaar en soveel teks as moontlik op 'n bladsy in te kry.

Vraag 7 toets die kantlyne van die teks. Die navorser is bewus daarvan dat die lesers dalk gedink het dat die vraag die lettergrootte toets, omdat die vraag effens vaag gestel is. Ongeag of die vraag egter kantlyne of lettergrootte toets, is die menings van die respondente op die onderwerpe steeds baie belangrik.

Op die vraag of die respondente dit moeilik vind om die teks met die blote oog te volg, het die meeste respondente saamgestem in 'n mindere of meerdere mate met die stelling. Of die respondente dus die kantlyne of die lettergrootte of albei geëvalueer het, is dit steeds belangrik om in ag te neem dat dit moeilik is om die teks met die blote oog te volg. As die leser van die teks alreeds met hierdie aspek sukkel, sal dit die leser se houding van die teks (asook die instansie) negatief beïnvloed.

Die menings van onderskeidelik die manlike en vroulike asook die blanke en bruin respondente oor die kantlyne in die teks het nie beduidend verskil nie.

6.4.4 Paragrafe

In Hoofstuk 2 word die belangrikheid van duidelike paragrafe in 'n teks verduidelik. Paragrafe is 'n belangrike strukturele element wat in elke teks moet voorkom. Paragrafe help ook lesers (net soos opskifte) om hulself in 'n teks te oriënteer. Ook dra paragrafe in 'n teks by tot 'n duidelike inhoudelike struktuur wat weer eens die fisiese en kognitiewe toegang van die teks verbeter. Paragrafe in 'n teks word beskou as klein tekste met hulle eie tema. Dit is waarom dit ook belangrik is om inligting wat oor dieselfde tema handel in dieselfde paragraaf te plaas.

Die strukturele aspek is getoets deur twee tekste aan die leser te gee. Teks 1 is die oorspronklike teks sonder paragrafe en Teks 2 is die gemanipuleerde teks met paragrafe. Die respondent moes die teks kies wat vir hom/haar die beste lyk. 'n Baie groot persentasie van die respondente het Teks 2 gekies. Daar was nie 'n beduidende verskil tussen die menings van die manlike en vroulike respondente of tussen dié van die blanke en bruin respondente nie.

Respondente moes motiveer hoekom hulle 'n spesifieke teks gekies het. Die strukturele aspek van paragrafe is in die vraag gemanipuleer en dit is dus wat die navorser wou hê die respondente moes raaksien. Vervolgens word die respondente se motiverings vir hulle tekskeuses verskaf. Teks 1 is die oorspronklike teks en Teks 2 is die gemanipuleerde teks met duidelike paragrafe.

Teks 1	Teks 2
Meer formeel gestel, makliker leesbaar.	"Die paragrafering maak dit makliker om te lees."
	"Beter uiteengesit, lyk makliker om te lees."
	"Die paragrafe is meer lesersvriendelik."
	"Teks 2 bestaan uit paragrafe, meer professioneel."

	"Spasies maak dit makliker leesbaar en verbruikersvriendelik."
	"Beter gestruktureer."
	"Dit is georganiseerd."
	"Want dit word netjies en in paragrawe vir my gegee."
	"Die spasies tussen die paragrawe maak die teks makliker om te lees."
	"Minder woorde."
	"Dis korter."
	"Teks 2 beeld die inligting op 'n gepaste manier uit."
	"Teks 2 is nie so in mekaar gedruk soos Teks 1 nie, jy kan makliker sien waar 'n nuwe paragraaf begin."
	"Minder beknop as Teks 1."
	"Die formaat is beter."

6.5 Houdings teenoor inligtingsverspreiding

Inligtingsverspreiding verwys na hoe die inligting in 'n teks versprei word op die bladsy. Is die inligting wat oor dieselfde tema handel saam gegroepeer? Inligtingsverspreiding maak ook deel uit van die uiterlike struktuur van die teks.

Inligtingsdigtheid verwys na die hoeveelheid inligting op 'n bladsy. 'n Teks met 'n hoë inligtingsdigtheid se inligtingsverspreiding is oneffektief, terwyl 'n teks met 'n laer inligtingsdigtheid spreek van effektiewe inligtingsverspreiding. Hoe die inligting versprei word op die bladsy is ook belangrik om fisiese toegang tot die teks te verseker. Tekste met 'n hoë inligtingsdigtheid maak dit moeilik vir die leser om inligting in die teks te vind. Goeie inligtingsverspreiding tesame met die uiterlike struktuur van die teks oriënteer die leser in die teks en akkommodeer die leser in die leesproses.

In die vraelys, het Vraag 9 en Vraag 26 die inligtingsverspreiding in Teks A getoets. Vraag 9 het 'n stelling gemaak wat die respondent moes evalueer op grond van die Likert-skaal. Die meeste

respondente het positief gereageer op die stelling en daarom saamgestem dat die inligting in die teks opeengehoop en ingedruk voorkom. By Vraag 17, het 'n paar respondente ook op die aspek en op die inligtingsdigtheid van die teks kommentaar gelewer:

"Dit is te lank en onaantreklik".

"Dit is hopeloos te lank".

"Dit moet uiteengesit word en nie alles op 'n hoop nie".

"...nie lekker uiteengesit om te lees nie, nogal deurmekaar".

"Baie leeswerk".

"Te veel woorde".

"Goed uitgebrei en beskryf, maar nie 'n goeie uitleg nie".

"Ingedruk en beknopt..."

'n Algehele persentasie van 60% van die respondente stem saam met die stelling dat die inligting in die US Jaarboeke opeengehoop en ingedruk voorkom. Die vraag verwys ook na die inligtingsdigtheid van die teks. Die opeengehoopte inligting in die teks maak die leesproses moeilik en dit maak dit ook moeiliker vir die lesers om inligting in die teks te kry. Die US moet werk maak van hierdie aspek, siende dat dit die beeld van die US negatief kan beïnvloed.

Die menings van beide die manlike en vroulike groepe onderskeidelik asook die menings van die blanke en bruin respondente het nie beduidend verskil nie.

In Vraag 26 het die navorser twee tekste aan die respondent gegee waarvan die respondent die teks moes kies wat die beste lyk en dit dan motiveer. Teks 1 is die gemanipuleerde weergawe waarin die navorser die inligting van die teks meer versprei het en Teks 2 is die oorspronklike teks. Die grootste meerderheid van die respondente het Teks 2 gekies. Die verskil tussen die manlike en vroulike respondente is nie beduidend nie.

By hierdie vraag was daar 'n komplikasie wat die menings van sekere respondente beïnvloed het. Tydens die eerste vraelys-opname, het 70 van die vraelyste se Teks 1 ligter gedruk as Teks 2. Die navorser het die respondente ingelig van hierdie komplikasie, maar dit kon steeds 'n invloed op hulle menings gehad het. Die menings van die blanke en bruin respondente het wel

‘n verskil aangedui. Die bruin respondente het meestal Teks 2 gekies, terwyl die blanke respondente eerder Teks 1 gekies het.

Teks 1	Teks 2
“Beter uiteengesit (lyk meer georganiseerd).”	“Dit lyk beter as Teks 1.”
“Nommers meng nie met teks nie en is makliker om te lees.”	“IS meer lesersvriendelik.”
“Dit lyk meer uiteengesit en volledig.”	“Meer opskrifte, beter uiteengesit.”
“Minder ingedruk.”	“Meer leesbaar.”
“Dis aantreklik en die teks is verstaanbaar en kort.”	“Makliker om te verstaan.”
“Lyk meer georganiseerd.”	
“Makliker om met die oog te volg en te lees.”	
“Dis nie so opmekaar nie en kan makliker lees.”	
“Meer spasie, voel nie so opmekaar nie, lees makliker.”	
“Teks 1 is nie so deurmekaar nie.”	
“Dit lyk beter georden en netjies.”	
“By Teks 2 loop nommers en woorde onder mekaar.”	
“Teks 1 het minder woorde.”	
“Dis korter.”	
“Spasiering is beter.”	

6.6 Houdings teenoor gebruikersvriendelikheid

Teks B is gebruik om die gebruikersvriendelikheid van die US Jaarboeke te toets (usability testing). Teks B is ‘n uittreksel uit die Jaarboek van Lettere en Wysbegeerte wat handel oor die kursus BA in Menslike Hulpbronbestuur wat by die US aangebied word. Die navorser het vier vrae aan die respondent gevra wat gerig was op die spesifieke teks. Dit was soortgelyk aan ‘n begripstoets. Dit is ‘n baie relevante oefening, omdat die voornemende studente ‘n soortgelyke proses deurgaen wanneer hulle ‘n kursus kies by die US. Die vrae het gefokus op die hoeveelheid vakke wat in die kursus geneem moet word, die hoeveelheid modules wat geneem moet word asook die toelatingsvereistes vir die kursus.

Onsekerheid oor die vrae lei daartoe dat verwarde voornemende studente die US se administrasie gereeld kontak met navrae oor hulle onderskeie kursusse. Verwarde eerstejaars spandeer ook lang ure in die administrasiegebou met navrae oor hulle kursusse asook oor die registrasieproses. Indien die inligting effektief en duidelik oorgedra word in die US Jaarboeke, sal verwarde voornemende studente, eerstejaars en personeel nie nodig hê om al hierdie tyd te verkwis nie.

Die vrae is alreeds in die vorige hoofstukke deeglik bespreek – in dié hoofstuk gaan slegs die gemiddelde resultate van die vrae bespreek word. Die meeste respondente het die vrae reg beantwoord, maar daar was ook baie respondente wat die vrae verkeerd beantwoord het. Die gemiddeld vir al die respondente se toets was 58%. Die resultate van die manlike en vroulike respondente op die vrae verskil nie in 'n beduidende mate nie.

Die blanke en bruin respondente se resultate het egter beduidend verskil van mekaar. Die blanke respondente het beter gevaar in die toets as die bruin respondente. Die bruin respondente het die vrae moeiliker gevind as die blanke respondente. Wat ook opvallend by hierdie afdeling was, was die antwoorde op Vraag 22. Die vraag het die respondente gevra of dit vir hulle maklik of moeilik was om die antwoorde vinnig te vind. Die meeste respondente (sowat 60%) het dit maklik gevind om die vrae vinnig te vind. Die navorser het egter geregistreer dat respondente dikwels aangevoer het dat dit 'n maklike taak was, maar dat hulle resultate die teendeel bewys het. Die respondente se vrae was dikwels verkeerd beantwoord. Min of meer 50% van die respondente het erken dat hulle dit moeilik gevind het om die antwoorde vinnig in die teks te kry.

Die resultate van die vrae is belangrik om in ag te neem by die herontwerp van die US Jaarboeke. Die persentasie respondente wat verkeerd geantwoord het op die vrae is net te hoog. Dit is ook belangrik om daarop te let dat 'n teks wat nie gebruikersvriendelik is vir die

lesers daarvan nie, die lesers se houdings teenoor die teks negatief sal beïnvloed. Negatiewe houdings lei tot negatiewe menings en uiteindelik 'n negatiewe beeld van die instansie.

6.7 Houdings teenoor Teks A

Die doel van die studie is om te bepaal of die US Jaarboeke die beeld van die voornemende studente op 'n positiewe of op 'n negatiewe manier beïnvloed. Daarom is Vraag 16 die kernvraag van die studie. Nadat al die vrae oor die algemene beeld van die US gevra is, het die navorser op Teks A gefokus. Vrae vanuit 'n dokumentontwerpersperspektief is aan die respondente gevra met die fokus op stylaspekte soos die formaliteit van die teks, die aanspreekvorme, voorskriftelikheid, ens. Die vrae het ook op die uiterlike struktuur van die teks gefokus asook die inligtingsverspreiding en gebruikersvriendelikheid daarvan. Uiteindelik wou die navorser bepaal of die respondent meer positief of meer negatief voel oor die US na die kennismaking met die Jaarboeke van die US. Die vraag het die volgende stelling gemaak aan die respondente:

Nadat ek die teks gelees het, is ek nog meer opgewonde om by die US te gaan studeer.

Ten spyte daarvan dat die grootste persentasie van die respondente saamgestem het met die stelling, was daar min of meer 50% van die respondente wat neutraal was en verskil het met die stelling. Die grafiek word in Hoofstuk 5 deeglik bespreek. Die resultate dui daarop dat die teks 'n groot hoeveelheid respondente se beeld van die US positief beïnvloed het, maar dat daar tog 'n beduidende getal respondente was wat minder positief was. Soos alreeds bespreek in vorige hoofstukke, was die respondente se algemene beeld van die US baie positief. Vir baie respondente, het die beeld nie verander na die kennismaking met die teks nie.

Maar die teks het beslis 'n negatiewe invloed op die beeld van sowat 50% van die respondente gehad wat na aanleiding van die teks dalk nou twee maal dink of die US die plek is waar hulle wil gaan studeer. Indien die respondent nie met die teks kon identifiseer nie, sou dit ook die

respondent se beeld negatief beïnvloed het. Hierdie data behoort gevaarligte vir die US te laat flikker. Na kennismaking met die US Jaarboeke het 50% van die respondente 'n meer negatiewe beeld van die US gehad. Die US sal drastiese stappe moet neem om die gevolgtrekking te verander vir toekomstige doeleindes.

Al die konsepte wat voorkom in die IFP-model en wat in die studie bespreek is, vorm nou 'n geheel. Die leser vorm alreeds 'n mening/opinie met sy/haar eerste indrukke van 'n teks. Die leser vorm ook 'n negatiewe houding teenoor die teks as die uiterlike struktuur swak is en die leser verhoed om toegang tot belangrike inligting te kry. Die houding word negatief beïnvloed wanneer die leser nie die teks verstaan nie, omdat die woorde en sinne dalk te moeilik en te formeel is. Die respondent se houding word nóg verder negatief beïnvloed wanneer die leser nie met die skrywer van die teks kan identifiseer nie en uitgesluit en vervreemd voel in die teks. Die leser het al klaar 'n negatiewe houding oor die teks en om sake te vererger, word die teks in 'n voorskriftelike en neerhalende toon geskryf wat die leser se eiewaarde en selfrespek bedreig. Al hierdie faktore vorm 'n geheel en lei daartoe dat die leser 'n negatiewe beeld vorm van die skrywer en uiteindelik van die instansie wat deur die skrywer verteenwoordig word.

6.8 Samevatting

Die hoofstuk het ten doel gehad om die resultate van die vraelys in meer diepte te bespreek. Die vraelys het 'n aantal faktore getoets en die hoofstuk het elkeen in besondere diepte bespreek. Al die respondente tesame, maar ook die verskille al dan nie tussen die manlike en vroulike respondente en dié tussen die blanke en bruin respondente is ook bespreek in die hoofstuk. Moontlike teorieë vir die verskille tussen die manlike en vroulike respondente asook die verskille tussen die blanke en bruin respondente is aangevoer, maar moet slegs as moontlike verklarings gesien word. Die navorser het geen gegewens om die verduidelikings te staaf nie en daar sal dus verdere navorsing gedoen moet word.

Dit is duidelik uit die besprekings dat daar baie waardevolle data uit die studie vorendag gekom het op basis waarvan die jaarboeke van die US verbeter sal kan word. Advies op die gebied van dokumentontwerp- en analise kan voordelig wees vir die US en navorsing oor die US Jaarboeke (soos die huidige studie) sal bydra daartoe om die beeld van die US positief te verander.

Hoofstuk 7: Gevolgtrekking

7.1 Inleiding

Die doel van die hoofstuk is om die studie af te rond met 'n volledige gevolgtrekking. In die hoofstuk gaan gefokus word op die

- probleme met die studie
- die evaluering van die metodologie in die studie
- bepaling of die probleemvrae van die studie deeglik beantwoord is
- IFP-model
- verdere moontlike navorsingsgeleenthede in die toekoms

7.2 Probleme van die studie

Een van die grootste komplikasies wat die navorser ondervind het tydens die studie, is individuele algehele houding teenoor die invul van vraelyste. Hierdie houding is grotendeels negatief nog voor die invul van die vraelys begin het. Dit lei daartoe dat respondente soms nie die vraag lees nie, maar slegs 'n kruisie maak op enige punt op die Likert-skaal. Die negatiewe houding het veral weerspieël in Vraag 5 in Afdeling B van die vraelys en Vraag 1 in Afdeling C. By hierdie vrae het die navorser sekere beskrywings aan die respondent gegee waarvan die respondent eerstens die beeld van die US moes evalueer en tweedens hulle eerste indrukke van Teks A. Respondente het hierdie vrae nie met die nodige aandag benader nie en 'n kruisie gemaak sonder om regtig te dink oor hulle antwoorde.

Die respondente se negatiewe houding is verder aangevuur toe hulle twee baie lang (en vervelinge) tekste moes lees om die vrae in die vraelys te kon beantwoord. Hierdie negatiewe houdings sou 'n uitwerking kon hê op die resultate.

Nog 'n komplikasie in die studie was die tydsfaktor. Die navorser het hoofsaaklik skole genader vir respondente om aan die studie deel te neem. Soos alreeds genoem, was die respondente Graad 11 leerders aan onder andere twee skole naamlik Hoërskool Paarl Gimnasium en Hoërskool Luckhoff. Hierdie leerders se eindeksamen was om die draai wat beteken het die onderwysers het nog baie werk gehad om met hulle te doen. Die tydsbeperking het dus druk op die navorser asook op die respondente geplaas om die vraelyste in 'n kort tydspanne in te vul. Dit het daartoe gelei dat die respondente nie altyd die vrae deeglik deurgelees het nie en sodoende dalk nie die vrae verstaan het nie.

7.3 Evaluering van die metodologie

Die navorser het besluit op 'n binnegroepontwerp in die studie waar verskillende teksweergawes ter sprake was. Al die respondente is blootgestel aan dieselfde teks, naamlik Teks A wat 'n uittreksel is uit die Algemene Jaarboek. In Afdeling B in die vraelys is 17 vrae aan die respondente gevra en die vrae was gerig op Teks A. 'n Verdere 5 vrae wat gerig is op Teks B is ook aan al die respondente gevra. Die laaste vrae op die vraelys staan bekend as gemotiveerde-keuse-vrae. By hierdie vrae het die navorser twee tekste aan die respondent gegee – die een teks was die oorspronklike teks en die ander teks was gemanipuleer deur die navorser volgens die aspek wat die navorser wou toets in die vraag. Die respondente het min of meer 20 minute geneem om die vraelys in te vul.

Die vraelys-metode is 'n vinnige en effektiewe metode om groot hoeveelhede data in te samel. Vraelyste verseker ook die anonimiteit van die respondente en daarom lei dit tot meer eerlike antwoorde (Bless, Higson-Smith & Kagee, 2006:120). Die nadeel van die metode is egter dat respondente soms 'n negatiewe houding het teenoor die invul van vraelyste (soos in die vorige

afdeling genoem is) en dat respondente soms nie die vrae in die vraelys verstaan nie. Om dié probleem te voorkom, word die vraelys onderwerp aan 'n pre-toets. Dié vraelys is ook aan 'n pre-toets onderwerp waarna sekere onduidelikhede en tegniese komplikasies uitgewys en verbeter is.

Onderhoudsmetodologieë is 'n goeie manier om die antwoorde in die vraelys te ondersteun. Tydens die onderhoude, kan die navorser as't ware met die respondent gesels oor sy/haar antwoorde en hoekom die bepaalde keuses gemaak is. Tydens die onderhoude, verstaan die respondente ook beter wat die vraag wil toets. Met 123 respondente was die metodologie nie 'n opsie nie, gegee die tydsfaktor.

7.4 Probleemvrae

Die navorser het vier probleemvrae geïdentifiseer in die navorsingsontwerp. Vervolgens word bepaal of die vrae effektief beantwoord is in die studie.

Wat is die algemene beeld wat voornemende studente het van die Universiteit van Stellenbosch?

Soos wat al op etlike geleenthede in die tesis bespreek is en telkemale bewys is deur die data, het die voornemende studente wat aan die studie deelgeneem het, meestal 'n positiewe beeld van die Universiteit Stellenbosch. Die werklike beeld (die beeld wat die US uitstuur na buite) is daarom positief.

Het die US Jaarboeke enige invloed op die beeldvormingsproses (van die US) van voornemende studente?

Ja, die US Jaarboeke het 'n invloed op die beeldvormingsproses van voornemende studente. Volgens die data, het die US Jaarboeke gemengde reaksies ontlok by die meeste respondente.

In sommige gevalle het die US Jaarboeke selfs 'n baie negatiewe invloed op baie van die respondente gehad. Ten spyte van 'die positiewe aspekte, is dit belangrik vir die US om te fokus op die respondente wie se beeld van die US negatief beïnvloed is deur die US Jaarboeke. Hiervan is daar baie getuigenis en is daar voldoende waarskuwings oor die punte waarop die ontwerp van die jaarboeke behoort te verbeter.

Indien wel, wat is die uitwerking van die jaarboeke op die beeldvormingsprosesse en hoe kan dit verbeter word?

Soos in die vorige vraag genoem is het die US Jaarboeke beide 'n positiewe en 'n negatiewe invloed op die respondente in die studie gehad. Die grootste probleme wat die respondente geïdentifiseer het in die studie verwys na die volgende:

- Die respondente het gesukkel om die teks te verstaan
- Die respondente het aangevoer dat daar te veel inligting in die teks is
- Hulle het ook aangevoer dat die lettergrootte te klein is
- Die respondente het saamgestem dat die teks opeengehoop en ingedruk is
- Die respondente het die teks te formeel en moeilik gevind
- Die respondente het 'n beter paragraafstruktuur in die teks verkies

Die US Jaarboeke kan dus verbeter word deur op die bogenoemde faktore te fokus, en daar kan met redelike sekerheid aanvaar word dat daar voldoende risiko bestaan dat die jaarboeke die beeld van die Universiteit negatief kan beïnvloed.

Hoe gebruikersvriendelik is die US-jaarboek en wat is die voornemende student se ervaring daarvan?

Die data wat versamel is, dui daarop dat die US Jaarboeke nie baie gebruikersvriendelik is nie. Die navorser het die respondente getoets deur 'n paar vrae aan hulle te stel wat op Teks B gerig

is. Die navorser wou bepaal of die respondente die vrae reg of verkeerd beantwoord. Ten spyte daarvan dat die meeste respondente die vrae reg beantwoord het, het 'n groot hoeveelheid respondente steeds die vrae verkeerd beantwoord. Op die vraag of dit vir die respondent maklik of moeilik was om die antwoorde vinnig te kry, was 50% van die respondente se antwoord "moeilik". Die US sal daarby baat om op hierdie aspek te fokus in die toekoms. Dit sal die US baie tyd en geld in die toekoms bespaar.

7.5 Die IFP-model

Die IFP-model het die onderliggende basis van die studie gevorm. Die model bepaal dat daar verskeie faktore is wat 'n individu se beeldvorming en -projeksie beïnvloed. Hierdie faktore is toegepas op die US Jaarboeke met die doel om te bepaal of dit die beeldvorming van voornemende studente van die US beïnvloed. Hierdie aspekte is getoets deur middel van 'n vraelys waarin vrae aan die respondent gerig is na aanleiding van 'n teks uit die Jaarboek, en dit is in berekening gebring tydens die analise van die betrokke dokumentasie.

'n Belangrike aspek wat deurentyd in die studie in ag geneem moet word, is dat die konsepte in die model nie as aparte eenhede gesien moet word nie. Al die konsepte in die model het 'n multilaterale invloed op mekaar. Uiteindelik lei hierdie kommunikasie-faktore die individu om 'n houding, en uiteindelik 'n beeld te vorm van die instansie wat deur die kommunikasie verteenwoordig word.

Die IFP-model het die navorser in staat gestel om spesifieke tekste te manipuleer om sodoende die respondente aan twee tekste bloot te stel, naamlik 'n oorspronklike teks en 'n gemanipuleerde teks. By hierdie vrae het die navorser belangrike data ingesamel wat die US sal kan akkommodeer in toekomstige pogings om die US Jaarboek te herontwerp.

Maar dit is ook nodig om die IFP-model krities te evalueer. Die navorser het op al die elemente in die IFP-model gefokus in die proses om die respondente se beeldvormings en –projeksie van die US te evalueer. Die navorser het egter op 'n ander element naamlik die gebruikersvriendelikheid van 'n dokument (usability) gefokus wat nie voorkom in die IFP-model nie. Die navorser is na afloop van die studie oortuig daarvan dat die gebruikersvriendelikheid van 'n dokument ook die beeldvormingsproses van die leser sal beïnvloed.

Die huidige US Jaarboeke is geensins gebruikersvriendelik nie. Die frustrasie met die US Jaarboeke is wydverspreid en benodig dringende aandag. Indien hierdie navorsing slegs enkele verbeteringe aanbring in die Jaarboeke van die US, sal al die harde werk die moeite wees.

7.6 Verdere navorsingsgeleenthede

Dit was 'n moeilike taak om te besluit op watter faktore die navorser wil fokus in die studie. Uit die perspektief van 'n dokumentontwerper, is die US Jaarboeke dokumentasie wat op verskillende vlakke verbeter kan word. Daar is dus genoeg verdere navorsingsgeleenthede in terme van die US Jaarboeke. In die studie het die navorser op sekere aspekte van die uiterlike struktuur gefokus in die teks, maar verdere studies kan fokus op die grafika van die voorblad, of op die tipografie en grafika in die Jaarboeke. Verdere studies kan ook fokus op die estetiese waarde van die Jaarboeke asook op die inhoud van die teks deur te fokus op eenvoudiger taalgebruik, beter sinskonstruksies, ens.

In die studie het die navorser gebruik gemaak van blanke en bruin respondente. Die studie kan verder uitgebrei word deur te fokus op die menings van swart respondente. Net soos daar beduidende verskille was tussen die menings van die blanke en bruin respondente, sal dit interessant wees om die menings van swart respondente te vergelyk met ander bevolkingsgroepe.

7.7 Samevatting

Die finale gevolgtrekking moet wees dat die jaarboeke van die US 'n belangrike rol speel in die bestuur van die betrokke opvoedkundige inrigting. Daar is egter ruimte vir verbetering en vernuwing wat die jaarboeke betref. In die hedendaagse wêreld waarin lesers gebombardeer word met kommunikasie in alle vorme, kan instansies nie meer bekostig om agter te bly met formele en moeilik verstaanbare tekste nie.

Bibliografie

- Abratt, R. 1989. "A New Approach to the Corporate Image Management Process." *Journal of Marketing Management*, 5.1: 63-76.
- Balmer, J. M. T. 2008. "Identity based views of the corporation – Insights from corporate identity, organisational identity, social identity, visual identity, corporate brand identity and corporate image." *European Journal of Marketing*, 42.9/10: 879-906.
- Biehal, G.J. & D.A. Sheinin. 2007. "The Influence of Corporate Messages on the Product Portfolio." *Journal of Marketing*, 71: 12-25.
- Bromley, D.B. 2000. "Psychological Aspects of Corporate Identity, Image and Reputation." *Corporate Reputation Review*, 3.3: 240-252.
- Brown, T.J., P.A. Dacin, M.G. Pratt & D.A. Whetten. 2006. "Identity, Intended Image, Construed Image, and Reputation: An Interdisciplinary Framework and Suggested Terminology." *Journal the Academy of Marketing Science*, 34.2: 99-106.
- Burger, P. & J. De Jongh. 1997. *Handboek Stijl*. Groningen: Marthinus Nijhoff.
- Carliner, S. 2002. "Physical, Cognitive, and Affective: a Three-Part Framework for Information Design." <http://saulcarliner.home.att.net/id/newmodel.htm>; last viewed on 14/07/2009.
- Combrink, J. 1995. *Hoe om paragrawe te skryf*. Kaapstad: Tafelberg.
- Cornelissen, J. 2000. "Reputation management – Corporate image: an audience centred model." *Corporate Communications: An International Journal*, 5.2: 119-125.

- Dardis, F. & M.M. Haigh. 2008. "Prescribing versus describing: Testing Image Restoration Strategies in a Crisis Situation." *Corporate Communications: An International Journal*, 14.1: 101-118.
- De Stadler, L.G. 2006. "Is this what I look like? Effective document design and image projection." Keynote paper read at the Conference of the Linguistic Society of South Africa, Potchefstroom.
- De Stadler, L.G. 2009. "A Communication Model for Image Formation And Projection (IFP)". Ongepubliseerd.
- De Stadler, L.G., M.B. de Stadler, P. du Plessis & L. Vorster. 2009. *Beeld en Kommunikasie: 'n Verslag aan die Nederduits Gereformeerde Kerk*. Research Report: Language Centre of the Stellenbosch University.
- Dowling, G.R. 1986. "Managing Your Corporate Images." *Industrial Marketing Management*, 15: 109-115.
- Du Plessis, P. 2007. *Strategiese Linguistiese Beleefdheid en Institusionele Beeld*. Tesis: Universiteit van Stellenbosch.
- Du Toit, P. & W.Smith-Muller. 2003. *Stylboek: Riglyne vir paslik skryf*. Pretoria: Van Schaik Uitgewers.
- Fishbein, M. & M.C. Yzer. 2003. "Using Theory to Design Effective Health Behavior Interventions." *Communication Theory*, 13.2: 164-183.
- Gioia, D.A. & J.B. Thomas. 1996. "Identity, Image, and Issue Interpretation: Sensemaking during Strategic Change in Academia." *Administrative Science Quarterly*, 41: 370-403.
- Gioia, D.A., M. Schultz & K.G. Corley. 2000. "Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability." *The Academy of Management Review*, 25.1: 63-81.
- Hagan, W. 2009. *Die Invloed van Mensgerigte Tekste op Institusionele Beeld*. Tesis: Universiteit van Stellenbosch.
- Handelman, J.M. 2006. "Corporate Identity and the Societal Constituent." *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34.2: 107-114.
- Hatch, M.J. & Schultz, M. 1997. "Relations between Organizational Culture, Identity and Image." *European Journal of Marketing*, 31.5/6: 356-365.

- Herstein, R., Y. Mitki & E.D. Jaffe. 2008. "Communicating a New Corporate Image during Privatization: the Case of El Al Airlines." *Corporate Communications: An International Journal*, 13.4: 380-393.
- Holtzhausen, L. & L. Fourie. 2008. "Communicating to a Diverse Workforce: Employees' Perceptions of Symbolic Corporate Identity Elements." *Corporate Communications: An International Journal*, 13.1: 80-94.
- Hooghiemstra, R. 2000. "Corporate Communication and Impression Management – New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting." *Journal of Business Ethics*, 27: 55-68.
- Hsieh, M. 2001. "Identifying Brand Image Dimensionality and Measuring the Degree of Brand Globalization: A Cross-National Study." *Journal of International Marketing*, 10.2: 46-67.
- Hsieh, M., S. Pan & R. Setiono. 2004. "Product-, Corporate-, and Country-Image Dimensions and Purchase Behavior: A Multicountry Analysis." *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32.3: 251-270.
- Kazoleas, D., Kim, Y. & Moffit, M.A. 2007. "Institutional Image: A Case Study." In *Corporate Communications: An International Journal*, Volume 6.4: 205-216.
- Kottasz, R., R. Bennett, S. Savani & R. Ali-Choudhury. 2008. "The Role of Corporate Art in the Management of Corporate Identity." *Corporate Communications: An International Journal*, 13.3: 235-254.
- Pandermaat, H. 2002. *Tekstanalyse*. Bussum: Coutinho.
- Petty, R.E. & J.T. Cacioppo. 1986. *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer Verlag.
- Pienaar, M. 2007. *Die Institusionele Beeld en die Impak daarvan op die Kommunikasie binne die Universiteit Stellenbosch*. Tesis: Universiteit van Stellenbosch.
- Shadid, W.A. 1998. *Grondslagen van Interculturele Communicatie*. Houten, Diegem: Bohn Stafleu van Loghum.
- Steehouder, M., C. Jansen, K. Maat, J. van der Staak, D. de Vet, M. Witteveen & E. Woudstra. 2006. *Leren Communiceren: Handboek voor Mondelinge en Schriftelijke Communicatie*. Groningen, Houten: Wolters-Noordhoff.

- Schrive, K. 1997. *Dynamics of Document Design*. New York, etc.: John Wiley and Sons.
- Van Rekom, J., C.B.M. van Riel & B. Wierenga. 2006. "A Methodology for Assessing Organizational Core Values." *Journal of Management Studies*, 43.2: 175-201.
- Van Riel, C.B.M. & C.J. Fombrun. 2007. *Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management*. London & New York: Routledge.
- Van Riel, C.B.M. & J.M.T. Balmer. 1997. "Corporate Identity: The Concept, its Measurement and Management." *European Journal of Marketing*, 31.5/6: 340-355.
- Van Tonder, C. L. & Lessing, B. C. 2003. "From Identity to Organisation Identity: The Evolution of a Concept." *SA Journal of Industrial Psychology*, 29.2: 20-28.
- Williams, S.L. & M.A. Moffit. 1997. "Corporate Image as an Impression Formation Process: Prioritizing Personal, Organizational, and Environmental Audience Factors." *Journal of Public Relations Research*, 9.4: 237-258.

Bylae A

Voor jy begin...

Baie dankie dat jy bereid is om te help met hierdie navorsing – jou bydrae tot die studie maak beslis 'n groot verskil. Daarom word jou antwoorde en opinies hoog geag.

Die vraelys bestaan uit 5 afdelings met vrae wat gerig is op Teks A en Teks B. Lees asb die tekste sorgvuldig deur voor jy die vrae begin beantwoord. Die laaste bylae se vrae verskaf telkens twee tekste waarvan jy die beste keuse vir jou as leser moet kies.

Hierdie tekste is spesifiek gekies om dit van toepassing op jou as voornemende student te maak. As jy besluit om by die Universiteit van Stellenbosch te studeer, sal jy gou kennis maak met die Jaarboeke van die US. In hierdie studie wil ons jou opinie oor die Universiteit Stellenbosch se dokumentasie vra - jou opinie is vir ons baie belangrik.

A. Persoonlike gegewens

Beantwoord asb die volgende vrae deur in die relevant blok 'n kruisie te maak. Die vraelys is anoniem en die persoonlike aard van die vrae is slegs vir navorsingsdoeleindes.

- Hoe oud is jy?

15 jaar	16 jaar	17 jaar	18 jaar	Ander
---------	---------	---------	---------	-------

- Tot watter etniese groep behoort jy?¹

.....

- Wat is jou geslag?

Manlik	Vroulik
--------	---------

- Beplan jy om by 'n tersiêre instansie te gaan studeer? Indien ja, by watter tipe instansie?

Universiteit	Kollege	Technikon	Ander
--------------	---------	-----------	-------

- Beplan jy om by die Universiteit van Stellenbosch te gaan studeer?

¹ Die navorser is bewus van die sensitiwiteit van die ras-vraag, maar dit word slegs gevra vir navorsingsdoeleindes.

Ja	Nee
----	-----

B. Algemene vrae

Beantwoord die vrae deur weer in die relevante blok 'n kruisie te maak. In die vrae wat volg, dui asb. aan of jy saamstem of verskil met die volgende stellings deur 'n kruisie te maak op die skaal. Die een uiterste (3) beteken jy stem volkome saam; die ander uiterste (-3) beteken jy verskil heeltemal.

- 1) Het jy al voorheen kommunikasie van die Universiteit van Stellenbosch (US) ontvang?

Ja, ek het al kommunikasie van die US ontvang.	Nee, ek het nog nie kommunikasie van die US ontvang nie
--	---

- 2) Ek dink die Universiteit van Stellenbosch is een van die beste universiteite in die land.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

- 3) Indien jy al voorheen van die US gehoor het, merk asb af in die gepaste blokkie waar jy gehoor het van die US. Jy kan meer as een blokkie merk.

Familie (ouers, susters, broers, ooms, tannies ens.)	
Vriende (vriende wat al studeer of nog nie studeer nie)	
Skool	
Media (koerante, nuus, radio, TV, Internet)	
Universiteit van Stellenbosch (publikasies, brosjures, bemarking, ens.)	
Ander – spesifiseer asb.	

- 4) Die inligting wat ek oor die US ontvang het, het my opgewonde gemaak om daar te gaan studeer.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

- 5) In die tabel word daar 12 beskrywings van die beeld van die US gegee. Trek 'n kruisie in een van die 7 blokkies by elke beskrywing om aan te dui waar jy voel die beeld van die US die beste beskryf word.

Betroubaar								Onbetroubaar
Vriendelik								Onvriendelik
Samewerkend								Dominierend
Nederig								Arrogant
Empaties								Egosentries
Opreg								Vals

C. Vrae oor die betrokke teks(te)

Die volgende vrae het betrekking op teks A – Nadat jy die teks sorgvuldig deurgelees het, dui asb aan of jy saamstem of verskil met die stellings deur 'n kruisie te maak op die skaal. Die een uiterste (3) beteken jy stem volkome saam, die ander uiterste (-3) beteken jy verskil heeltemal.

- 1) Merk in die kolom die beskrywing wat die beste jou eerste indrukke van die teks opsom. Die twee kolomme bevat teenoorgestelde beskrywings, kies elke keer slegs een beskrywing.

Ouderwets		Modern	
Informeel		Formeel	
Professioneel		Onprofessioneel	
Lesersvriendelik		Nie lesersvriendelik	
Volledig		Onvolledig	

- 2) Die spesifieke teks wat ek moes lees, was vir my moeilik om te verstaan.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

- 3) Die skrywer van die teks het begrip vir voornemende studente wat hierdie teks moet lees, verstaan en toepas.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

4) Die teks laat my onwelkom en vervreemd voel.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

5) Met die eerste oogopslag, het die teks 'n goeie indruk op my gemaak.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

6) Ek hou van die manier waarop die skrywer my aanspreek.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

7) Dit is moeilik om die teks met die blote oog te volg.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

8) Ek voel gemaklik met die manier waarop die inhoud van die brief geskryf is.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

9) Die inligting in die teks is opeengehoop en ingedruk.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

10) Die teks laat my welkom voel.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

11) Die Universiteit klink soos 'n gesagsfiguur.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

12) Die opskrifte in die teks is duidelik en help my om inligting te vind.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

13) Die manier waarop die teks uitgelê en gestruktureer is, maak die leesproses moeilik.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

14) Die manier waarop die skrywer na die Universiteit verwys, laat my voel asof die Universiteit 'n gebou eerder as 'n menslike entiteit is.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

15) Ek verstaan die teks en wat van my as voornemende student verwag word.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

16) Nadat ek die teks gelees het, is ek nóg meer opgewonde om by die US te gaan studeer.

Verskil heeltemal				Stem volkome saam		
3	2	1	0	-1	-2	-3

17) Beskryf die teks in 'n paar woorde

.....

.....

Enige verdere kommentaar oor die teks sal baie waardeer word.

.....

.....

Die volgende vrae het betrekking op Teks B genaamd Menslike Hulpbronbestuur.

Gestel jy wil in jou eerste jaar die kursus BA Menslike Hulpbronbestuur aan die US gaan studeer. Lees noukeurig deur die kursus en beantwoord asb die volgende vrae:

- 18) Hoeveel persent moet jy vir Wiskunde kry indien jy beplan om Statistiek 186 in jou eerste jaar te neem?
- 19) Hoeveel ekstra vakke moet jy in jou eerste jaar neem in hierdie kursus?.....
- 20) Hoeveel vakke gaan jy in jou tweede jaar altesaam hê?
- 21) Hoeveel ekstra modules moet jy in jou derde jaar byneem?.....
- 22) Hoe maklik of moeilik was dit vir jou om die bogenoemde antwoorde *vinnig* te vind?

In die laaste afdeling word daar by elke vraag twee keuses aan jou gegee. In elke geval moet jy slegs die een kies waarmee jy as die leser die gemaklikste is en kortliks jou antwoord motiveer.

- 23) **Teks 1:** Skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir die Universiteit inhou.

OF

Teks 2: Ons skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir ons, die Universiteit inhou.

Teks 1	Teks 2
--------	--------

Motiveer jou keuse kortliks

.....

.....

- 24) **Teks 1:** Laat aansoeke word egter op meriete oorweeg as daar steeds vakatures is.

OF

Teks 2: Die Universiteit sal jou laat aansoek oorweeg as daar steeds ongevolde ongevolde koshuisplekke is.

Teks 1	Teks 2
--------	--------

Motiveer jou keuse kortliks

.....

.....

25) **Teks 1:** Indien jy as eerstejaar voldoen aan die toelatingsvereistes van die program waarvoor jy geregistreer het, let op die volgende:

OF

Teks 2: Ten opsigte van eerstejaars wat voldoen aan die toelatingsvereistes van die program waarvoor hulle registreer:

Teks 1	Teks 2
--------	--------

Motiveer jou keuse kortliks

.....

.....

26)

Teks 1:

Losies

1. Koshuisplasingbeleid

1.1 Uitgangspunte

- 1.1.1 Koshuisakkomodasie behoort as strategiese bate bestuur te word om suksesvolle studie te help verseker.
- 1.1.2 'n Eerste vereiste hiervoor is dat 'n positiewe leer-omgewing in koshuise geskep moet word.
- 1.1.3 Daar behoort onder andere verseker te word dat die studente wie se kanse op suksesvolle studie betekenisvol deur koshuisakkomodasie verbeter kan word, voorkeur kry by die toekenning van koshuisplekke (die "voorkeur"-kategorie(ë)).
- 1.1.4 Uitnemendheid en Diversiteit, wat mekaar nie uitsluit nie, behoort in gelyke mate voorkeur te kry by die toekenning van koshuisplekke.
- 1.1.5 Volgens die beginsel van gelyke regte behoort elke aansoeker wat aan die toelatingsvereistes van die US voldoen, 'n kans hê om koshuisakkomodasie te bekom.

1.2 Strategieë

- 1.2.1 Voorkeurkategorieë: Ons identifiseer kategorieë van studente wat akademies en sosiaal aan groter risiko's blootgestel is en gee by die toekenning en behoud van koshuisplekke voorkeur aan dié studente.
- 1.2.2 Ons skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir ons, as Universiteit inhou.
- 1.2.3 Ons bestuur die geleidelike groei van die voorkeurkategorieë in die lig van aanvraag en die sukses wat daarmee behaal word.

OF

Teks 2

Losies

1. KOSHUISPLASINGSBELEID

1.1 Uitgangspunte

- 1.1.1 Koshuisakkommodasie behoort as strategiese bate bestuur te word om suksesvolle studie te help verseker.
- 1.1.2 'n Eerste vereiste hiervoor is dat 'n positiewe leer-omgewing in koshuise geskep moet word.
- 1.1.3 Daar behoort onder andere verseker te word dat dié studente wie se kanse op suksesvolle studie betekenisvol deur koshuisakkommodasie verbeter kan word, voorkeur kry by die toekenning van koshuisplekke (die "voorkeur"-kategorie(ë)).
- 1.1.4 Uitnemendheid en Diversiteit, wat mekaar nie uitsluit nie, behoort in gelyke mate voorkeur te kry by die toekenning van koshuisplekke.
- 1.1.5 Volgens die beginsel van gelykberegtiging behoort elke aansoeker wat aan die toelatingsvereistes van die US voldoen, 'n kans te hê om koshuisakkommodasie te bekom.

1.2 Strategieë

- 1.2.1 Voorkeurkategorie(ë): Identifiseer kategorieë van studente wat akademies en sosiaal aan groter risiko's blootgestel is en verleen by die toekenning en behoud van koshuisplekke voorkeur aan dié studente.
- 1.2.2 Skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir die Universiteit inhou.
- 1.2.3 Bestuur die geleidelike groei van die voorkeurkategorie(ë) in die lig van aanvraag en die sukses wat daarmee behaal word.

Teks 1	Teks 2
--------	--------

Motiveer jou keuse kortliks

.....

.....

27)

Teks 1:

Programinhoud en -struktuur

Besonderhede

Die program strek oor drie jaar en bestaan uit vyf eerstejaarsvakke, vier tweedejaarsvakke en twee en 'n halwe derdejaarsvakke plus twee metamodules. Die program lei tot nagraadse studie, met dien verstande dat aan die toelatingsvereistes vir nagraadse studie voldoen word.

Studente wat nie 'n Afrikataal as huistaal of as matriekvak gevolg het nie, moet Basiese Xhosa as vak kies. Studente met 'n Afrikataal as matriekvak of huistaal moet Afrikaans of English Studies as vak kies. Die student doen in elk van die twee hoofvakke 'n hoeveelheid werk wat daarop gerig is om die integrasie van die inhoude binne en tussen dié twee vakke te verhoog en om die koherensie van die program in sy geheel te bevorder. Hierdie werk, wat deel van die proses van geïntegreerde assessering vorm, kan verskeie vorms aanneem: (interdepartementele) seminare, skriftelike werkstukke, verskillende vorms van praktiese werk, ens.

Vir nadere inligting oor die keuse van modules by die vakke Politieke Wetenskap en Sosiologie, raadpleeg die Departemente Politieke Wetenskap en Sosiologie se inskrywings in Afdeling 6, "Module-inhoude".

OF

Teks 2

7.2 Programinhoud en -struktuur

7.2.1 Besonderhede

Die program strek oor drie jaar en bestaan uit vyf eerstejaarsvakke, vier tweedejaarsvakke en twee en 'n halwe derdejaarsvakke plus twee metamodules. Die program lei tot nagraadse studie, indien daar aan die toelatingsvereistes vir nagraadse studie voldoen word.

As jy nie 'n Afrikataal as huistaal of as matriekvak gevolg het nie, moet jy Basiese Xhosa as vak kies. As jy egter 'n Afrikataal as matriekvak gehad het of as huistaal het moet jy Afrikaans of English Studies as vak kies. Jy doen in elk van die twee hoofvakke 'n hoeveelheid werk wat daarop gerig is om die samehang van die program in sy geheel te bevorder. Hierdie werk, wat deel van die proses van geïntegreerde assessering vorm, kan verskeie vorms aanneem: (interdepartementele) seminare, skriftelike werkstukke, verskillende vorms van praktiese werk, ens.

Vir nadere inligting oor die keuse van modules by die vakke Politieke Wetenskap en Sosiologie, raadpleeg ons Departemente Politieke Wetenskap en Sosiologie se inskrywings in Afdeling 6, "Module-inhoude".

Teks 1	Teks 2
--------	--------

Motiveer jou keuse kortliks

.....

.....

Baie dankie vir jou moeite!!

Bylae B

Teks A

Losies

1. KOSHUISPLASINGSBELEID

1.1 Uitgangspunte

1.1.1 Koshuisakkommodasie behoort as strategiese bate bestuur te word om suksesvolle studie te help verseker.

1.1.2 'n Eerste vereiste hiervoor is dat 'n positiewe leer-omgewing in koshuise geskep moet word.

1.1.3 Daar behoort onder andere verseker te word dat dié studente wie se kans op suksesvolle studie betekenisvol deur koshuisakkommodasie verbeter kan word, voorkeur kry by die toekenning van koshuisplekke (die "voorkeur"-kategorie(ë)).

1.1.4 Uitnemendheid en Diversiteit, wat mekaar nie uitsluit nie, behoort in gelyke mate voorkeur te kry by die toekenning van koshuisplekke.

1.1.5 Volgens die beginsel van gelykberegtiging behoort elke aansoeker wat aan die toelatingsvereistes van die US voldoen, 'n kans te hê om koshuisakkommodasie te bekom.

1.2 Strategieë

1.2.1 Voorkeurskategorie(ë): Identifiseer kategorieë van studente wat akademies en sosiaal aan groter risiko's blootgestel is en verleen by die toekenning en behoud van koshuisplekke voorkeur aan dié studente.

1.2.2 Skep of behou kategorieë van koshuisplekke wat strategiese voordeel vir die Universiteit inhou.

1.2.3 Bestuur die geleidelike groei van die voorkeurskategorie(ë) in die lig van aanvraag en die sukses wat daarmee behaal word.

1.3 Meganismes

1.3.1 Oorkepelend: Die grootste risiko's kom voor by nuwelingsstudente in hul eerste en tweede studiejaar. Die proporsie van koshuisplekke vir nuwelingsstudente (tans 39%) kan uiteindelik verhoog word tot 45% van die totaal. Aanvanklik word 'n minimum van 40% van die koshuisplekke vir nuwelingsstudente oor die kampus in geheel gereserveer. (Dit impliseer dat daar 'n uitsettingmeganisme vir meer senior studente moet wees om die eerstejaarsplekke beskikbaar te maak.) 'n Minimum van 30% en 'n maksimum van 50% eerstejaars per koshuis word as riglyn voorgestel.

1.3.2 Ten opsigte van eerstejaars wat voldoen aan die toelatingsvereistes van die program waarvoor hulle registreer: Skep 'n voorkeurskategorie van 30% van die plekke vir aansoekers met die volgende kenmerke (in orde van prioriteit/gewig): Gestremdheid; Bruin, Swart en Indier.

1.3.3 Die oorblywende 70% van die plekke vir eerstejaars word soos volg toegeken:

- 35% volgens rangorde van akademiese uitnemendheid (in die toekoms bepaal te word deur die US se nuwe toegangsbeleid);
- 12% vir toekenning deur die koshuisbestuur binne goedgekeurde riglyne;
- 8% vir diskresionêre toekenning deur die VR(O) (binne goedgekeurde riglyne voorgelê deur onder andere die Sportburo en die Stellenbosch Stigting);
- 15% vir ewekansige trekking deur 'n rekenaar.

1.3.4 Senior studente wat in koshuise wil bly of aanbly (onderhewig aan maksimum tydperke van koshuisverblyf: die maksimum vir voorgraadse studente is die minimum aantal jare van die student se program of, waar van toepassing, verlengde program, plus een jaar; die maksimum verblyf vir nagraadse studente - óók die wat as voorgraadse studente in 'n koshuis was - is die minimum duur van die nagraadse program), moet aan die volgende vereiste voldoen:

1.3.4.1 Nagraadse studente: moet toelating tot 'n hoër (nagraadse) kwalifikasie hê.

2. PRAKTIESE TOEPASSING VAN DIE PLASINGSBELEID

2.1 Nuwelinge

2.1.1 'n Aansoekvorm, verkrygbaar by die afdeling Toelating en Losies, moet deur die student of, in die geval van 'n minderjarige student, deur sy ouers of voog ingevul word.

2.1.2 Die finale sluitingsdatum vir aansoek om inwoning in 'n universiteitskoshuis is 30 Junie van die jaar wat die losiesjaar voorafgaan. Laat aansoek word egter op meriete oorweeg as daar vakatures is.

2.1.3 Aansoek om toekenning van inwoning in 'n universiteitskoshuis sal slegs oorweeg word nadat die Universiteit die aansoeker voorwaardelik tot 'n program toegelaat het.

2.1.4 Keuring vir inwoning in koshuise word gedoen met inagneming van skool- en/of akademiese prestasie, en ingevolge die bepalinge van die koshuisplasingbeleid by par.1 uiteengesit.

2.1.5 Voorkeur word gegee aan studente wat volle graad- of diplomaprogramme volg. Spesiale studente is nie geregtig op 'n plek in 'n koshuis nie.

2.1.6 By ontvangs van 'n skriftelike kennisgewing van die Universiteit dat 'n plek in 'n universiteitskoshuis aan 'n student toegeken is, moet hy dit onmiddellik aanvaar deur die aanvaaringsbedrag soos voorgeskryf voor die keurdatum te betaal en die bewys van betaling aan Studentegee te lewer.

2.1.7 'n Verwelkomingsprogram vir nuwelingsstudente word voor die aanvang van die akademiese jaar aangebied en maak onder andere voorsiening vir inskakeling en aanpassings by koshuis-, PSO-wyk- en ander algemene studente-aktiwiteite.

2.1.8 Eerstejaarsstudente word in universiteitskoshuise opgeneem, waar hulle onder toesig staan van die betrokke inwonende hoofde, wat op hulle beurt bygestaan word deur 'n aantal senior studente wat as mentors optree.

Teks B

Plus een van die volgende vakke (24 krediete) met inagneming van die taalvereiste soos uiteengesit onder "Besonderhede"

- Afrikaans en Nederlands 178
- Afrikaanse Taalverwerwing 178
- Basiese Xhosa 114, 144 (Raadpleeg Programinhoud en -struktuur, Besonderhede)
- English Studies 178

Intermediêre vlak (tweede jaar) 144 krediete

Verpligte vakke

Bedryfsielkunde* 214, 224, 244(48)
 Ekonomie* 288(32)
 Bestuurneming en Waardstudie 212, 222, 242, 252(32)

Plus voortgesette studie van een van die volgende vakke (32 krediete)

- Openbare en Ontwikkelingsbestuur* 212, 222, 242, 252
- Politieke Wetenskap 212, 222, 242, 252, 262 (kies 4 modules)
- Sosiologie 212, 222, 242 en een van 252, 262

Gevorderde vlak (derde jaar) 144 krediete

Verpligte vakke

Bedryfsielkunde* 314, 324, 348(48)
 Bestuurneming en Waardstudie 324, 344(24)

Plus voortgesette studie van een van die volgende vakke (48 krediete)

- Openbare en Ontwikkelingsbestuur* 314, 324, 348 (raadpleeg opmerking 2 hier onder)
- Politieke Wetenskap 314, 324, 344, 354, 364 (kies 4 modules)
- Sosiologie 314, 324, 344 plus een van 344, 354
- Sosiale Antropologie 314, 324, 344, 354 (Sosiologie op eerste- en tweedejaarsvlak is *neweverleistes*.)

Plus twee van die volgende modules (24 krediete)

- Dimensies van Historiese Verstaan 324(12)
- 'n Inleiding tot die Wetenskapsosiologie 334(12)
- Metodologie en Eitiese Kwesties in Suid-Afrikaanse Sosiaal-wetenskaplike Navorsing 364(12)

In die geval van studente wat Openbare en Ontwikkelingsbestuur volg: Sosiologie 344(12) en 364(12) (verpligend)

Opmerkings

- Die deelnemende departemente se inskrywings in Afdeling 6 (raadpleeg inhoudsopgawe vir bladsynommers) gee die inhoud en taalspesifikasies per module van standaardmodules. Raadpleeg die Jaarboek, Deel 10, vir die inhoud en taalspesifikasies van standaardmodules van vakke wat deur die Fakulteit Ekonomiese en Bestuurswetenskappe (gemerk met *) aangebied word. **Let asseblief daarop dat die meeste van die modules in die Fakulteit Ekonomiese en Bestuurswetenskappe in Afrikaans aangebied word.**
- Raadpleeg Metawetenskap (inhoudsopgawe) vir 'n aanwysing na die module-inhoude. **Let Wel:** Studente wat Openbare en Ontwikkelingsbestuur kies, is verplig om Sosiologie 344 en 364 te volg.

Formele bepalinge

Assessering

Assessering word gedoen deur middel van klastoets, individuele werkopdrage en formele eksamens. Vir besonderhede oor assessering moet die deelnemende departemente geraadpleeg word.

Raadpleeg ook hul inskrywings in Afdeling 6, "Module-inhoude."

7. BA-PROGRAM IN MENSLIKE HULPBRONBESTUUR

Toelatingsvereistes

Studente wat in 2007 of vroër gematrikuleer het

- Volle Matrikulasiestelling
- Prestasie in Graad 12: Hoofstroom (driejaarig) 'n gemiddeld van 58%
 Verleëde Graadprogram (vierjaarig) 'n gemiddeld van 50%
- Wiskunde (SG) = 50% (D) of Wiskunde (HG) = 40% (E)
- Indien Statistiek 186 gevolg word: Wiskunde (HG) = 50% (D) of Wiskunde (SG) = 70% (B)

Studente wat in 2008 of later hul NSS verwerf het

- 'n Nasionale Senior Sertifikaat (NSS) soos gesertifiseer deur Umahsi met 'n punt van minstens 4 in elk van die vier skoolvakke uit die lys van aangewese universiteitstoelatingsvakke.
- 'n Gemiddelde persentasie van minimum 50% bereken op grond van 60% van die gemiddelde NSS-uitslag en 40% van die toegangstoetsuitslag.
- Prestasie in Graad 12: 'n geweëde gemiddeld van 60%
- Wiskunde: 40% (Kode 3); indien Statistiek 186 gevolg word: 50% (Kode 4)

Programinhoud en -struktuur

Besonderhede

Die program strek oor drie jaar en bestaan uit vyf eerstejaarsvakke, vier tweedejaarsvakke en twee en 'n halwe derdejaarsvakke plus twee metamodules. Die program lei tot nagraadse studie, met dien verstande dat aan die toelatingsvereistes vir nagraadse studie voldoen word.

Studente wat nie 'n Afrikaans of as matriekvak gevolg het nie, moet Basiese Xhosa as vak kies. Studente met 'n Afrikaans of as matriekvak of hystaal moet Afrikaans of English Studies as vak kies. Die student doen in elk van die twee hoofvakke 'n hoeveelheid werk wat daarop gerig is om die integrasie van die inhoud binne en tussen dié twee vakke te verhoog en om die koherensie van die program in sy geheel te bevorder. Hierdie werk, wat deel van die proses van geïntegreerde assessering vorm, kan verskeie vorms aanneem: (interdepartementele) seminare, skriftelike werksukke, verskillende vorms van praktiese werk, ens.

Vir nadere inligting oor die keuse van modules by die vakke Politieke Wetenskap en Sosiologie, raadpleeg die Departemente Politieke Wetenskap en Sosiologie se inskrywings in Afdeling 6, "Module-inhoude".

Programsamestelling

Basisvlak (eerste jaar) 138 krediete

Verpligte vakke

Inligtingvaardighede 172(6)
 Bedryfsielkunde* 112, 152, 162(16)
 Sielkunde 114(12)
 Bestuurneming en Waardstudie 114, 144(24)
 Ondernemingsbestuur* 113(8)
 Filosofie 112(6)
 Statistiek* 186(18) of Statistiese Metodes* 176(18)

Plus een van die volgende vakke (24 krediete)

- Politieke Wetenskap 112, 122, 142, 152
- Openbare en Ontwikkelingsbestuur* 114, 144
- Sosiologie 114 en twee van 142, 152, 162